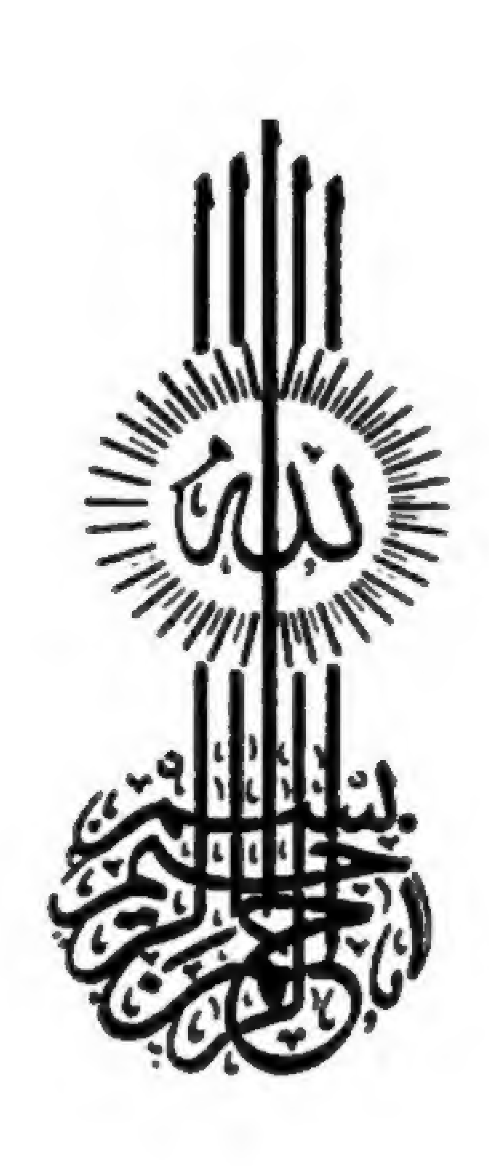
المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل



تأليف

أ.د. عبداللطيف بن دبيان العوفي

دار جامعة الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS



المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل

تأليف

أ. د. عبداللطيف بن دبيان العوفي

أستاذ الإعلام – قسم الإعلام

كلية الآداب – جامعة الملك سعود



ⓒ دار جامعة الملك سعود للنشر، ١٤٣٩هـ (٢٠١٨م)

الطبعة الأولى: ١٤٣٣هـ - ٢٠١٢م

الطبعة الثانية ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العوفي، عبداللطيف دبيان.

المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل/ عبداللطيف بن دبيان العوفي.- ط٢ الرياض، ١٤٣٩هـ.

٣٧٢ ص، ١٧×٢٤ سم.

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٧-٦١٣-٥

١- الاتصال (علم الاجتماع) ٢- الاتصال (علم نفس) ٣- العلاقات الإنسانية أ. العنوان

ديوي ٣٠١,١٦ ١٤٣٩/٢٦٢٦

رقم الإيداع ١٤٣٩/٢٦٢٦

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٦١٣-٥

نشر هذا الكتاب بناء على موافقة المجلس العلمي في اجتماعه الثالث للعام الدراسي ١٤٣٩/١٤٣٨هـ المعقود بتاريخ ١٤٣٩/١/٢٦هـ الموافق ٢٠١٧/١٠/١٦م، بعد استيفائه شروط التحكيم العلمي بالجامعة..

جميع حقوق النشر محفوظة. لا يسمح بإعادة نشر أي جزء من الكتاب بأي شكل وبأي وسيلة سواء كانت إلكترونية أو آلية بما في ذلك التصوير والتسجيل أو الإدخال في أي نظام حفظ معلومات أو استعادتها بدون الحصول على موافقة كتابية من دار جامعة الملك سعود للنشر.



إهداء

فمنكِ تعلمت حبيبتي أن للحب مهارة وألف مهارة ومهارة..

ومنكِ سيدتي أيقنت أن الاتصال ما هو إلا تجديف في أعماق الحب وبحاره..

زرعتي في قلبي ينابيع الأمل.. وغرستي في تربتي بذور الحب وأشجاره..

يا ملهمتي وشرايين النبض في روحي.. اسمحي لي أن أقدم بين يديكِ هذا الكتاب..

هدية هو مني إليكِ.. وكل ما فيه كان منكِ... فأنت حبيبتي.. أختي أنت وأمي..

مقدمة الطبعة الثانية

حظي هذا الكتاب بثناء المحكمين له الذي عمد المجلس العلمي بجامعة الملك سعود بإرساله لهم في طبعته الأولى، كما نال الثناء من كثير من زملائي في أقسام الإعلام بالمملكة ممن يقاسموني هم الاتصال والإعلام في عالمنا المعاصر الذي يلعب فيه الإعلام الدور الأكبر سياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وأضحت تأثيراته لا تخفى على أحد سواء أكانت إيجابية أم سلبية .

كما سعدت بحصول هذا الكتاب على جائزة التميز من جامعة الملك سعود، وسعدت أكثر بتقبل الناس له حتى نفاد طبعته الأولى .

وأشكر في هذا المقام جامعة الملك سعود، ممثلة في مجلسها العلمي ودار النشر على موافقتهما على إعادة طباعة الكتاب ونشره مرة أخرى ..

إنني مؤمن أن في هذا الكتاب فوائد عظيمة لكل متخصص في الاتصال والإعلام يبدأ خطواته الأولى، ولكل خريج يريد أن ينجح في مقابلاته الشخصية للوظيفة، ولكل موظف يريد أن يتوظف في مكان أفضل أو أن يرتقي في سلمه الوظيفي.. إنه نافع للطالب في استذكار دروسه وتفاعله مع أساتذته وزملائه.. كما أنه مهم لكل إنسان يريد أن يكون في حالة اتصال وتواصل مميزة وهادفة مع أفراد عائلته ومجتمعه ومع زملائه في العمل.. إنه كتاب لمن أراد أن يعيش حياة يومية تواصلية فاعلة .

إن موضوع مهارات الاتصال والتواصل خاصة في مجتمعنا العربي عامة والسعودي خاصة من الموضوعات التي تحتاج للعناية والاهتمام من قبل أفراد المجتمع فكثير من مشكلاتنا مع الغير هي بسبب ما في الاتصال وطرق التواصل فالمشكلات مع الوالدين، والأبناء

والبنات، والأزواج والزوجات، والرؤساء، والمرؤوسين في العمل؛ هي في جز كبير منها بسبب نقص في مهارة الاتصال والتواصل .

ختاماً، آمل أن يكون هذا الكتاب مفيداً لكل من يقتنيه وأن يكون له عوناً في حياته العلمية والعملية.. وأسأل الله التوفيق والسداد للجميع .

المؤلف
أ. د. عبداللطيف دبيان العوفي
جامعة الملك سعود
صفر ١٤٣٩هـ
نوفمبر٢٠١٧م

مقدمة الطبعة الأولى

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد - صلى الله عليه وسلم - وعلى آله وصحبه أجمعين.

لقد اهتم الناس في المجتمعات العربية خلال السنوات القليلة الماضية، بمهارات الاتصال، ورأوا أن الإلمام بهذه المهارات أو بعضها أصبح من ضرورات العصر، مما حدا بقطاعات جماهيرية مختلفة الحرص على أخذ دورات مكثفة في مهارات الاتصال.

كما اهتمت الجامعات السعودية مؤخراً بهذه المهارات، وأصبحت تخصص جزءاً أساسياً من ساعات الدراسة في السنة التحضيرية - وهي السنة الأولى في الجامعة - لتدريس بعض هذه المهارات.

ولقد قام مؤلف هذا الكتاب بعقد العديد من الدورات المكثفة، عن مهارات الاتصال جميعها أو عن جزئيات منها مثل: مهارات الإصغاء، أو الإقناع، أو المهارات الكتابية.

لذا رأى من خلال تقييمه لمثل هذه الدورات، الحاجة الماسة لتأليف مثل هذا الكتاب، فهو كتاب لا يختص بمهارة اتصالية دون أخرى، ولكنه يشمل جميع ما تُعُورف عليها بمهارات الاتصال.

الأهداف

إن الهدف العام من هذا الكتاب هو تعليم القارئ وتدريبه على مهارات الاتصال جميعها، مع تقديم مرجع يستمد منه القارئ قوائم Check List ينبغي اتباعها لكل مهارة من هذه المهارات الاتصالية الأساسية.

الأهداف الفرعية

١- التعرف على مفهوم الذات، وكيفية إدراكها، وتقسيماتها المختلفة، ومدى انعكاس ذلك على التواصل مع الآخرين.

٢- تعلّم أهمية الإنصات، وكيفية كسب الآخرين من خلاله.

٣- تعلّم كيفية استخدام الإقناع في تعاملاتنا اليومية المختلفة، تحدثاً وكتابة وحواراً وتفاوضاً.

٤- الإفادة من الاتصال غير اللفظي، واستخداماته في الإنصات والتخاطب وكسب الأصدقاء وحل المشكلات وإقناع الآخرين.

٥- تعلّم كيفية تقييم الكتب، ومدى فائدتها للشخص قبل شرائها.

٦- التعرّف على كيفية إتقان القراءة السريعة.

٧- اكتساب مهارة القراءة الناقدة.

٨- تعلّم كيفية استذكار الدروس والمحاضرات.

٩- التعرّف على المهارات اللازمة للنجاح في المقابلة، والحصول على الوظيفة.

١٠- تعلّم كيفية كتابة السيرة الذاتية.

١١- تعلّم كيفية كتابة التقارير.

١٢- إتقان عمليات الحوار والتفاوض واكتساب الأصدقاء وعدم تكبد الخسارة.

١٣- تعلّم مهارات استخدام تقنيات الاتصال بما يفيد في التواصل مع الآخرين، مثل مهارات البوربوينت، ومهارات البريد الإلكتروني إلخ.

١٤- تعلّم بعض المهارات المهمة في حل المشكلات أياً كانت، سواء أكانت مع الأهل، أم الأصدقاء، أم الزملاء مثل: العصف الذهني، لعب الأدوار، واتخاذ القرار.

١٥- تفهّم الآخرين من الثقافات الأخرى، وكيفية التعامل معهم بناءً على ثقافاتهم.

١٦- المساعدة في عدم الوقوع في براثن الصدمة الحضارية والانفكاك منها في حالة حدوثها.

١٧- تجنّب الكثير من الأخطاء التي تواجه الفرد أثناء حديثه، أو كتابته، أو تواصله مع الآخرين.

الجمهور المستهدف للكتاب

ينقسم الجمهور المستهدف إلى:

١- الراغب في دراسة الإعلام: يُعد هذا الكتاب مقدمة أساسية لكل من أراد التخصص في هذا العلم، وفي أي مجالاته وميادينه سواء أكان ذلك في الصحافة، أم العلاقات العامة، أم الإذاعة والتلفزيون، وسواء أكان في الاتصال الشخصي، أم الجمعي، أم الجماهيري، أم الإلكتروني فإذا كنا نطالب كل متخصص في أي علم أن يتقن هذه المهارات فإنها من باب أولى ضرورية لكل رجل أو سيدة إعلام.

٢- الدارس غير المتخصص: يعد هذا الكتاب مقرراً مثالياً لطلاب الجامعات في سنواتهم الأولى ممّن يُطلب منهم دراسة الاتصال، حيث يستطيعون إتقان المتطلبات المهارية في الاتصال جميعها. وكما نعرف فإن مهارات الاتصال ضرورية لمعظم التخصصات الإنسانية والعلمية، فهي ضرورية للطبيب والمهندس وعالم النفس والاجتماع واللغة والإدارة والتسويق والصيدلة والتمريض إلخ.

٣- الجمهور العام: يفيد هذا الكتاب الجمهور العام كلاً حسب رغبته، فالباحث عن وظيفة يساعده في تحقيق ذلك عن طريق المساهمة في تعزيز كتابة السيرة الذاتية، وكيفية عمل المقابلة والراغب في تحسين قدراته الخطابية سيجد ما يفيده في كيفية إعداد الخطبة وإلقائها وأيضاً الباحث عن تحسين وتعزيز علاقاته بالآخرين سيجد ما يؤهله لذلك، وكذلك الراغب في تحسين قدراته الإقناعية والاتصالية بشكل عام، فسيتعلم الإصغاء والاتصال غير اللفظي والقدرة على الكتابة الناجعة إلخ.

منهجية الكتاب

تم تقسيم الكتاب إلى مجموعة من الأبواب في كل باب عدة فصول، كل فصل تناول فيه المؤلف مهارة اتصالية معينة، وحرص المؤلف عند تناوله كل مهارة أن يؤسس مادتها على الدراسات والبحوث الاتصالية العلمية، بعيداً عن المعلومات والآراء التي تتناول هذه المهارات بناءً فقط على التجارب الشخصية والاعتقادات والرؤى الخاصة بكل مؤلف؛ وذلك لأنها أسس لا تقوم على تأصيل واضح، وفي كثير منها تعارض وتناقض، مما يجعل القارئ في حالة إرباك شديدة.

كما حاول الباحث أن يؤصل كل فصل تأصيلاً شرعياً من خلال إيراد الدليل من كتاب الله، وسنة نبيه، ليؤكد أنها ليست مهارات غربية وليدة اليوم، ولكنها في معظمها مهارات حَضّنا عليها ديننا الحنيف، وقد حاول المؤلف كتابة هذه الأفكار على شكل نقاط وفقرات مختصرة بعيداً عن الإيغال في التأطير النظري الذي لا يهم قارئ لمثل هذا الكتاب، فالمهم هو أن أسس الفكرة مبنية على قواعد علمية.

ثم يَعقب نهاية كل فصل بعض الأسئلة المفيدة في الجوانب التطبيقية واستثارة الذاكرة والفكر في معالجة بعض القضايا ذات العلاقة، وإن الإجابة على مثل هذه الأسئلة تفيد في اكتساب مهارة التطبيق.

قام المؤلف ـ قبل الشروع في تأليف هذا الكتاب، بالإضافة إلى خبرته الطويلة في هذا المجال ـ بالاطلاع على ما استطاع أن يجده من كتب عربية وأجنبية تناولت الموضوع، وبعد بحثٍ وتقصٍ في المكتبات العربية والأجنبية وقواعد المعلومات، وكذلك محركات البحث على الإنترنت. وجد المؤلف أن الكتب العربية التي تناولت مهارات الاتصال بشكل أو آخر تنقسم إلى:

١- كتب عُنيت بتأصيل مهارات الاتصال بناءً على أساس شرعي إسلامي مثل: الحوار في الإسلام، والسمع والإصغاء في القرآن الكريم، وفنون مهارات الاتصال بناءً

على السيرة النبوية. وهي كتب جيدة وإن كانت محصورة في موضوعاتها، كما أنها في الواقع لا تفيد كثيراً في التطبيق العملي المهاري إذ إن جُلّ اهتمامها عملية تأصيل المهارة.

٢- كتب اتصالية قام بتأليفها متخصصون في الاتصال: وهي محدودة جداً، وقد غلب على بعضها طابع التنظير والإيغال في النماذج والتأطير المعرفي وإن جاء بعضها مميزاً في بعض جوانب المهارات الاتصالية.

٣- كتب تُعنى بمهارات الاتصالية الإدارية: وقام بتأليفها متخصصون في علم الإدارة وهذه تركز على الاتصال من الجانب الإداري وبالذات على الفعل الكتابي مثل التقارير الإدارية، والخطابات، والكلمات، والاتصالات الإدارية على العموم، واستخدام التقنيات الاتصالية فيها، وهي دون شك كتب مفيدة في مجالها.

٤- كتب مترجمة: وهي كتب تسويقية تعتمد على تجارب شخصية لمؤلفين غربيين بعضها في الواقع يعتمد اعتماداً كلياً على الآراء والتجارب الشخصية ونجد في بعض أفكارها تناقض، كما تعتمد على بث النصائح المباشرة وهي كتب عامة مفيدة بشكل عام.

أما الكتب الأجنبية وبالذات الأمريكية فاتسمت بالتالي:

١- كتب تجارية: وهي كتب مبنية على تجارب شخصية يمكن الإفادة العامة منها.

٢- كتب اتصالية متخصصة: وهي كتب مبنية على أسس علمية، ولكنها عادة متخصصة بمهارة واحدة مثل: الإصغاء والاستماع، والقراءة، والكتابة، والتفاوض إلخ. ومعظم الكتب الغربية تنحى هذا المنحى في تركيزها على مهارة واحدة.

لذا، حاول المؤلف هنا أن يقوم بتأليف كتاب يضم بين جنباته كل ما اصطلح على تسميته بمهارات الاتصال، وراعى أن تتسم بالأسس العلمية بعيداً عن الآراء

والاتجاهات الشخصية قدر الإمكان، والتي تركز كثيراً على التأطير المعرفي والنماذج التنظيرية، مع التأكيد على الجوانب المهارية التطبيقية.

أبواب الكتاب وفصوله

يتألف الكتاب من ثلاثة أبواب وإثني عشر فصلاً؛ يشمل الباب الأول ثلاثة فصول وهي:

الفصل الأول: مقدمة في الاتصال: وهو فصل لغير المتخصصين في الاتصال، ويهدف إلى التعريف بفنون الاتصال وميادينه وعناصره وهو فصل تعريفي تقديمي تنظيري لكل فصول الكتاب الأخرى، ويجب على كل من لم يدرس الاتصال من قبل، أن يبدأ بهذا الفصل ليتعرف من خلاله على الكثير من خبايا الاتصال بشكل نظري.

الفصل الثاني: الاتصال الذاتي: يفصِّل المؤلف هنا عن الاتصال الذاتي (Intra-Personal Communication) وهو الاتصال الذي يُعد نجاح الفرد فيه أساساً لنجاح اتصاله بالآخرين، وينبغي أن تتم قراءة هذا الفصل بعد المقدمة؛ ذلك أن الاتصال الذاتي يعد ركيزة في الاتصال ومهاراته.

الفصل الثالث: مهارات الإصغاء: وتعد هذه المهارة من أهم مهارات الاتصال، إن لم يكن أهمها جميعها، فإننا من خلال الإنصات للذات وللآخرين نبدأ مهاراتنا الاتصالية جميعها، لذا يقدم هذا الفصل العديد من المهارات في كيفية الإنصات وكيفية تعزيزه.

وعلى الدارس غير المتخصص أن يقرأ هذا الفصل ثالثاً؛ أما المتخصص الملم بمقدمات الاتصال فعليه أن يبدأ من هذا الفصل.

أما الباب الثاني فيتكون من أربعة فصول وهي:

الفصل الرابع: الاتصال غير اللفظي: ويقدم الفصل مجموعة من الطرق التي يستخدم فيها الاتصال غير اللفظي من المظهر والابتسام والحركات الجسدية والإيماءات والمساحة واتصال العيون واللغة الجانبية واللمس، كما يقدم الفصل مجموعة من الاقتراحات عند الظهور لأول مرة وعند محاولة خلق انطباع أولي أمام الآخرين.

ويفضل المؤلف قراءة هذا الفصل حسب هذا الترتيب، وإن كان بإمكان القارئ أن يقرأه بأي ترتيب آخر.

الفصل الخامس: مهارة القراءة: يقدم هذا الفصل إستراتيجيات القراءة سواء أكانت لكتب أم لمجلات أم لصحف، وسواء أكانت قراءة ناقدة أم سريعة. ويقدم المؤلف طريقة SQR3 للقراءة، كما يقدم اقتراحات لكيفية استذكار كتب المقررات الدراسية، وكيفية قراءة الأدوات البصرية المساعدة من صور ورسوم توضيحية.

وقد وضع المؤلف القراءة وفق هذا الترتيب؛ لأنه كما يرى أن السمع هو أساس القول وأساس الحوار والتفاوض، فإنه يرى أن القراءة هي أساس التحدث والكتابة والخطابة. لذا، يفضل أن تتم القراءة وفقاً لهذا الترتيب لمن أراد أن يتعلم مهارات الاتصال جملة واحدة، أما مَنْ أراد أن يتعلم بعض المهارات فعليه أن يوازن ذلك.

الفصل السادس: المهارات الإقناعية: يعد هذا الفصل مهماً لكل من يمارس الاتصال، فهو مهم عند الإنصات وعند الحديث وعند الكتابة ولا يمكن نزع الإقناع من المهارات الأخرى، ولكن المؤلف يقدم في هذا الفصل بعض الأسس الإقناعية المهمة وكيفية تناولها. ويشمل الفصل بناء المصداقية والثقة، وكيفية بناء الرسالة. وبناء أسلوب الرسالة وإستراتيجيات الطلبات المتتابعة، ثم يقدم في نهاية الفصل قائمة المتطلبات الإقناعية عند المحاولة لتقديم عرض إقناعي، ثم يُعرّج على أهمية الخطوات الأساسية التي تتم قبل اتخاذ القرار.

الفصل السابع: المهارات الكتابية: يتناول المؤلف هنا أساسيات الكتابة الفاعلة والمؤثرة، فيما يخص الوضوح والابتعاد عن الغموض والجمل النمطية والألفاظ غير المألوفة والتكرار، وما يتعلق بالدقة من توضيح للمصطلحات والمفاهيم ودقة الأسماء والتواريخ والإحصاءات، وما يختص بالموضوعية ومن تعدد لوجهات النظر والحياد، وما يتعلق بالإيجاز، وما يختص بالإتقان اللغوي، كما يتناول هذا الفصل اختيار الأسلوب الكتابي المناسب، ويقدم اقتراحات في كيفية تعزيز الكتابة، ثم يقدم المؤلف نماذج من الكتابة ويركز على كيفية كتابة التقرير بأنواعه والتعامل مع البريد الإلكتروني.

ويتضمن الباب الثالث خمسة فصول هي:

الفصل الثامن: مهارات الحوار والتفاوض: يقدم المؤلف في هذا الفصل مهارتين أساسيتين مترابطتين، وهما مهارة الحوار ومهارة التفاوض، ويبدأ بالحوار لأنه أساس التفاوض فيقدم مهارات الحوار وأساليب الحوار وآدابه، ثم يتناول مهارة التفاوض، فيتحدث عن أصناف التفاوض، والخطوات الإجرائية للتفاوض، وفي آخر الفصل يقدم بعض الاقتراحات العامة فيه.

الفصل التاسع: مهارات الإلقاء والاتصال العام: يتناول المؤلف في هذا الفصل مهارات فن الإلقاء والخطابة ويركز على محاور ثلاثة وهي: المتحدث أو الملقي، والجمهور، والرسالة. ويقدم المهارات اللازم إجادتها لكل محور من هذه المحاور، فيقسم النص إلى عدة أجزاء: المقدمة، والجسم، والخاتمة. ويبين كيفية تناول كل جزء، ثم يتحدث عن الجمهور ويرى أهمية تحليله من حيث خصائصه الديموغرافية والنفسية والمعرفية وطبيعته، وأخيراً يتناول المتحدث وما ينبغي عليه فعله، وما لا ينبغي الوقوع فيه. ثم يتحدث عن أساليب الإلقاء، من ارتجالي، إلى نص مكتوب، وأسلوب

الحفظ، وأخيراً أسلوب الارتجال المخطط له. ويختتم الفصل بقائمة لما ينبغي للمتحدث عمله.

الفصل العاشر: مهارات المقابلة: يشمل هذا الفصل خطوات المقابلة من مراجعة السيرة الذاتية المرسلة للجهة التي سوف تقوم بالمقابلة، إلى الاستعداد الذهني للمقابلة، إلى خلق الانطباع الإيجابي أثناء المقابلة، ثم يركز على الخطوات التي يقود عدم اتخاذها إلى الإخفاق في المقابلة. وفي الجزء الأخير يتناول المؤلف كيفية كتابة السيرة الذاتية ويبين الأخطاء التي يقع فيها كاتبها.

الفصل الحادي عشر: الاتصال الأسري: يعد هذا الفصل من الموضوعات والمهارات النادرة التي يتم تناولها في كتب مهارات الاتصال بالرغم من أهميتها في حياة الإنسان. فأي إنسان منا يعيش في أسرة ولعل الأسرة ومفهومها لدينا نحن في العالم الإسلامي والعربي خاصة مفاهيم مختلفة ربما لا تنطبق على الكثير من المجتمعات الأخرى ويبدأ هذا الفصل بكيفية التعامل الاتصالي مع الطفل ومهارات ذلك الاتصال، ثم الاتصال مع الوالدين، كما يقدم الكاتب بعض حالات الاتصال السيئة في داخل الأسرة، وكذلك يتناول كيفية التعامل مع الناشئة والمراهقين، وأيضاً مع الطاعنين في السن. ثم يقدم المؤلف بعض المهارات التي تستخدم لحل المشكلات والاضطرابات واتخاذ القرارات في الأسرة مثل: مهارة العصف الذهني، ومهارة لعب الأدوار، ثم مهارة حل المشكلات واتخاذ القرارات.

الفصل الثاني عشر: الاتصال عبر الثقافات: لم يجد الباحث كتاباً آخر من كتب مهارات الاتصال يتناول هذه المهارة، مهارة الاتصال بأناس من ثقافات مختلفة. ونظراً لإيمان الباحث بأهمية هذا التناول في عالم أصبح اليوم فيه من المستحيل ألا نتصل بالثقافات الأخرى سواء أكان ذلك شخصياً أم افتراضياً فأطفالنا وشبابنا يومياً على اتصال عبر الإنترنت بالكثير من الشباب والفتيات من مجتمعات ثقافية أخرى، والحال

نفسه ينطبق على الاتصالات المباشرة مع الثقافات الأخرى سواء أكان ذلك بسبب السياحة، أم الأعمال، أم الدراسة.

يتناول الفصل أساليب التربية في الثقافات المختلفة وانعكاسها على الفرد، كما يقدم خارطة للتكيف الثقافي وكيف يتصرف الإنسان عند مكوثه في ثقافة أخرى، كما يشرح الاختلافات في التفكير والتصنيف، واستخدام المنطق، وقضايا العيب والذنب والعار وكيف تنظر لها الثقافات الأخرى، ثم يتحدث عن الصدمة الثقافية أو الحضارية من حيث أسبابها وعلاماتها وكيفية التخلص منها، وصدمة العودة للوطن. وفي نهاية الفصل يتحدث عن استخدامات الاتصال غير اللفظي عبر الثقافات المختلفة.

وقد وضع المؤلف هذا الفصل في آخر الكتاب، لأنه يرى أن هذا الفصل يُعنى بمهارات الاتصال بالثقافات الأخرى، ولا يمكن للشخص إتقانها إلا بعد أن يكون قد أتقن مهارات الاتصال الأساسية الأولى من إنصات، وإقناع، وتحدث، وكتابة إلخ، وقد يبدأ به ويركز عليه من سبق له أن درس وأتقن المهارات الاتصالية الأخرى.

في الختام، آمل أن أكون قد حققت بعض الأهداف الأساسية التي وضعتها نصب عيني عند تأليفي هذا الكتاب، وأن تعم فائدته كل من يحرص على قراءته سواء أكان طالباً، أم متدرباً، أم طالب وظيفة، أم راغب ترقية، أم قاصد تحسين وتعزيز علاقاته الشخصية والأسرية والثقافية مع الآخر.

أ.د. عبد اللطيف دبيان العوفي

محرم ١٤٣٣هـ

ديسمبر ٢٠١١م

المحتويات

الباب الثاني: مهارات الاتصال الأساسية

الباب الثالث: تطبيقات

الباب الأول

أنواع الاتصال

الفصل الأول: مقدمة في الاتصال

الفصل الثاني: الاتصال الذاتي

الفصل الثالث: الاتصال غير اللفظي

تمارين وتدريبات

الفصل الأول

مقدمة في الاتصال

Introduction to Communication

- عناصر الاتصال • أنواع الاتصال

تمهيد

قبل الولوج إلى المهارات الاتصالية المختلفة، والتي تشمل الكثير من فنون الاتصال وميادينه، كان لابد لنا من تقديم فصل تعريفي بالاتصال من حيث عناصره، وأنواعه والتي تشمل الاتصال الذاتي، والشخصي، والجمعي، والجماهيري، والتنظيمي، والثقافي. وسيتناول المؤلف في فصول هذا الكتاب المهارات اللازمة لكل هذه الأنواع التي تخاطب الذات والأفراد الآخرين مواجهة أو عبر وسائط اتصالية أخرى.

تعد هذه المقدمة ضرورية، وذلك لأن الكتاب ليس مخصصاً للمتخصصين في الاتصال، وكان حري بنا قبل أخذهم في رحلة مع المهارات أن نقدم لهم فصلاً تعريفياً بالاتصال وهو فصل لا يُعنى بنماذج الاتصال ونظرياته، ولكنه فقط يعطي مقدمة خفيفة للقارئ.

عناصر الاتصال

تعتمد عملية الاتصال على عناصر أساسية متصلة ببعضها، وتتداخل مع الظروف النفسية والشخصية والاجتماعية، وتتأثر بها عمليات نقل المعلومات والآراء بين الأفراد والجماعات، وفيما يلي أهم هذه العناصر:

١- المصدر أو المرسل Sender: وهو الشخص الذي يقوم بالحوار بداية فيضع أفكاره ورؤاه على شكل رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده بهدف تحقيق أثر معين، وقد يكون القائم بالاتصال شخصاً عادياً أو معنوياً كأن تكون شركة أو مؤسسة ما، كما أن المرسل قد يكون المصدر نفسه أو يكون شخصاً آخر يوعز المصدر له بإرسال الرسالة.

ويمكن أن يكون في العملية الاتصالية الواحدة أكثر من مرسل واحد سواء أكان ذلك في اتصال مواجهي يشترك فيه مجموعة من الأشخاص، أو عبر وسيلة إعلامية كما نلاحظ مثلاً في المشاركات الجماعية والندوات ...إلخ.

وللمرسل - حتى يستطيع أن يؤثر في الآخرين ويحقق أهداف العملية الاتصالية - شروط عديدة منها: المصداقية العالية Credibility، والمهارات الاتصالية والتي سنتعرف على الكثير منها خلال دراستنا لهذا الكتاب - بإذن الله.

٢- الرسالة Message: تتكون الرسالة من رموز تتمثل في الكلمات المكتوبة، أو المنطوقة، أو الإشارات، أو الصور، أو الموسيقى ...إلخ، وبالتالي فالرسالة هنا هي المعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها إلى الآخرين عبر تلك الرموز.

وحتى تصل الرسالة إلى المتلقي بشكل سليم، ويستطيع أن يستوعبها ينبغي أن تكون جذابة وعباراتها سهلة وواضحة له، وتصل إليه بشكل مباشر وبأساليب متنوعة بعيداً عن الرتابة والملل أو التنطع والمبالغة. وحتى تحقق الرسالة هدفها لابد أن تستخدم

الرسالة المعنى ذاته بين المرسل والمتلقي وهو ما يسمى بالخبرة المشتركة Common Experience وكلما كان الاتفاق بين المرسل والمستقبل عالياً زاد الفهم للرسالة وقل التفسير أو الفهم الخاطئ لها من الطرف الآخر.

٣- الوسيلة Channel: إن الوسيلة هي الأداة أو القناة التي تنقل من خلالها الرسالة من المرسل إلى المتلقي وهي قنوات تختلف باختلاف طبيعة الاتصال، ففي الاتصال المواجهي تعني القنوات السمعية والبصرية والصوتية التي تقوم بتوظيفها في التعبير الاتصالي وهو اتصال لا يعتمد على وسيلة واحدة، ولكن يقوم على أكثر من أداة في الوقت نفسه، فنحن نقوم بالتحدث للآخرين عبر الصوت وننصت لما يقولون من خلال السمع، ونتبادل أيضاً الحركات الجسدية والاتصالات غير اللفظية من خلال القنوات البصرية وبقية الحواس الأخرى كاللمس مثلاً.

أما على المستوى الاتصالي الجماهيري فيقصد بالوسيلة قنوات اتصالية إلكترونية أو طباعية مثل الهاتف والتلفزيون والإذاعة، والحاسب، والكتب والصحف إلخ. وهي قنوات ظهر معظمها في القرن العشرين مثل الإذاعة والتلفزيون، بل حتى الصحف والكتب لم تصبح قنوات جماهيرية فاعلة إلا في القرن العشرين، ونلاحظ اليوم التطور الهائل في عالم الاتصال وانتشار الإنترنت وما أفرزته من قنوات جديدة ذات طابع جديد غيّر الكثير من المفاهيم حول المصدر أو المرسل والمتلقي في العملية الاتصالية الجماهيرية، وأصبح الفرد العادي يستطيع أن يقوم بالتواصل مع الآخرين وتكوين قنوات اتصالية جماهيرية لم تكن متاحة في السابق إلا لمصادر كبيرة، عادة ما تكون الدولة أو جهات كبيرة تحظى بالدعم المالي الكبير.

٤- المستقبل Receiver: سواء أكان هذا المستقبل فرداً أو جماعة أو منظمة، فإنه يقوم بتحليل الرسالة التي تصل إليه أو يتعرض إليها وترجمتها وفق إطاره الدلالي وخبراته السابقة وتجاربه المتعددة، ثم يقوم بعد ذلك إعطاء التفسير لها وفق فهمه لها.

ومن هنا فقد يفهم المتلقي الرسالة كما قصدها المرسل، أو أنه يفهمها بشكل مختلف، وقد يكون هذا الاختلاف صغيراً أو كبيراً، وربما عكسي تماماً وينتج هذا الفهم عبر أسباب كثيرة، بعضها متعلقة بطبيعة صياغة الرسالة ومدى وضوح المرسل في تكوين رسالته، وعلى مقدار وطبيعة التشويش الذي يجابه الرسالة في أي مرحلة من مراحلها سواء لدى المرسل أو المتلقي أو من خلال الوسيلة التي تحملها، أو في البيئة التي تصل إليها الرسالة.

وينبغي التأكيد هنا على أن المتلقي أو المستقبل للرسالة، ليس شخصاً جاهزاً للتلقي دائماً، وليس شخصاً سلبياً يتلقف كل ما يصل إليه دون أن يكون له دور في عملية الاستقبال والفهم. فالمتلقي قد يُعرض عن استقبال الرسالة بشكل كلي فهو يقوم بالانتقاء مما يصل إليه، ونلاحظ هذا اليوم بشكل أكبر في حالات العمليات الاتصالية الجماهيرية، فكم من القنوات الفضائية لدينا؟، وكم من مواقع الإنترنت التي يمكن أن ندخل إليها؟، وكم من الصحف التي يمكن لنا الاطلاع عليها؟ وكم وكم؟ لذا، فإن المتلقي هو من يقوم بالتعرض الانتقائي Selective exposure. كما أن دور المستقبل لا يتوقف عند التعرض الانتقائي فقط، ولكنه يتجاوزه إلى الانتباه الانتقائي، إذ أنه يتعرض لبرنامج ما، لكنه لا يركز إلا على أشياء محددة فقط ثم إن المتلقي يستخدم مهارة أخرى وهي الإدراك الانتقائي Selective perception، إذ يدرك الرسالة بناءً على اتجاهاته ومشاعره وميوله. أما إذا استطاع المرسل أن يتجاوز كل هذه الانتقائيات التي يقوم بها المتلقي، فإنه يتبقى عملية التذكر الانتقائي وهي تعود إلى أن الفرد قد يتعرض للرسالة ويركز عليها ويفهمها ويدركها كما يريد المرسل، لكن بعد فترة يقوم بتذكر ما يتفق من الرسالة مع اتجاهاته وميوله وينسى الموضوعات التي لا تتفق مع توجهه وميوله وهو ما يسمى بعملية التذكر الانتقائي Selective Retention (العوفي، ٢٠١١).

٥- التشويش والتداخل Noise & Interference: يدخل التشويش على العملية الاتصالية فيحدث تحريفاً في مضمون الرسالة التي يقصدها المرسل، ويحدث هذا التشويش أو التداخل في الاتصال المواجهي، كما يحدث في الاتصال الجماهيري أيضاً وبطرق مختلفة. فمثلاً: قد تعوق حركة المرور في الشارع أو الضوضاء في مكان عام من استقبال الرسالة بشكل صحيح، كما أن الضعف في إحدى قنوات المستقبل أو المرسل السمعية أو البصرية أو الصوتية يعوق الفهم الصحيح للرسالة، وربما يؤدي إلى الفهم بعكس المقصود من الرسالة. ويحدث هذا التشويش أيضاً في الاتصال الجماهيري مثل حدوث انقطاع مفاجئ في اتصال النت، أو حدوث تشويش ميكانيكي على الاستقبال الإذاعي أو التلفزيوني، أو يكون نتيجة للتشويش النفسي أو الدلالي لدى المتلقي.

ويقسم تركستاني التشويش إلى أربعة أقسام هي:

أ) التشويش المادي: فهو يرى أن التشويش المادي على الرسالة قد يكون خارجياً عن الرسالة وصياغتها، ويتمثل في البيئة التي تتم فيها الرسالة وقد تكون ناتجة من أي عنصر من عناصر الاتصال أو البيئة التي يتم فيها الإرسال أو الاستقبال مثل حركة مرور السيارات في الشارع، أبواق السيارات، الأصوات المرتفعة أو رائحة نفاذة، أو زلات اللسان، أو ملابس المرسل أو شكله الخارجي.

ب) التشويش النفسي: ويقصد به التشويش الذهني لدى المتلقي، فنجد في أحيان كثيرة المتلقي وهو يركز على ما الذي يريد قوله، فلا ينصت بشكل دقيق للمرسل، أو أن يكون لديه انطباع مسبق عن المرسل وتوجهاته فيفهم الرسالة بناءً على هذا الانطباع المسبق مما يؤدي إلى عدم فهم الرسالة بشكل دقيق.

ج) التشويش الدلالي: ويُعنى به اختلاف معاني الكلمات بين المرسل والمتلقي، فيقصد المرسل بكلمة معنى معين، بينما تكون لدى المتلقي ذات معنى آخر معاكس وربما سيء وتظهر هذه المشكلة كثيراً عندما لا تكون هناك خبرة مشتركة، خاصة

عند وجود طرفين ينتميان لثقافات مختلفة ونلاحظ هذا كثيراً في اختلاف معاني الكلمات بين أبناء الدول العربية أو حتى أبناء المناطق في البلد الواحد. وفي أحيان كثيرة نجد أن المكان أو الزمان يكون له تأثير في اختلاف المعنى، أو حتى البيئة التي تقال فيها الكلمة.

د) التشويش التقني والعضوي: ويقصد به أي تشويش يتعلق بالتقنية في قنوات الاتصال مثل تشويش خطوط الهاتف، أو الإنترنت، أو الأقمار الصناعية الخ، أو التشويش العضوي لدى الإنسان مثل: المشكلات السمعية أو البصرية أو مشكلات النطق. (تركستاني، ٢٠٠٧، ص ص٨- ٩).

٦- رجع الصدى أو التغذية المرتدة Feedback: تختلف عملية رجع الصدى بين الاتصال الشخصي والمواجهي بشكل عام، والاتصال الجماهيري بشكل خاص، فبينما نجد أن عمليات رجع الصدى تكون مباشرة وواضحة في الاتصال الشخصي والمواجهي ولعل هذا أحد أهم أسباب نجاحه وتفوقه وقدرته على التأثير في المتلقي، إذ يحظى به المتلقي في اللحظة نفسها التي يتحدث فيها. وقد تكون بطيئة ومؤجلة لفترة قصيرة أو طويلة في الاتصال الجماهيري. لكن يجب التأكيد أنه خلال السنوات الأخيرة الماضية غيرت تقنيات الاتصال وبالذات الإنترنت والهاتف النقال من مدى سرعة رجع الصدى حتى في الاتصال الجماهيري، إذ نلاحظه قد أصبح في أحيان كثيرة يتم مباشرة، خاصة في البرامج التي تتم على الهواء، أو مؤجلاً لفترة بسيطة للبرامج المسجلة أو المطبوعة إذ تكفل البريد الإلكتروني والرسالة القصيرة SMS على إعطاء مساحة أوسع وأسرع لرجع الصدى.

يأتي رجع الصدى على طريقتين: إما الإيجابية، أو السلبية فالإيجابية تؤكد للمرسل أنه يسير وفق الطريق السليم وأن المتلقي يتابعه بإعجاب أو تأييد ويمكن للمرسل في الاتصال الشخصي أو الجمعي وجهاً لوجه مشاهدة ذلك من خلال تفاعل

المتلقين سواء أكان بالاتصال اللفظي أو غير اللفظي من إيماءة الرأس، ومتابعة، وابتسام أما في الاتصال الجماهيري فنرى ذلك من خلال التعقيبات والردود بشكل مباشر عن طريق الاتصال أو البريد الإلكتروني في البرامج التي تقدم على الهواء ويفتح فيها المجال للمشاهدين أو المتابعين للإدلاء بآرائهم حول قول الضيف أو الضيوف أما البرامج المسجلة فيكون رجع الصدى مؤجلاً ويعرف المرسل عنه بعد انتهاء البرنامج بفترة قد تطول - وإن سهلت تقنيات الاتصال الحديثة العملية - فأصبحنا نرى ردّات الفعل في اليوم نفسه من خلال تقنيات الإنترنت وبرامجها الاجتماعية، وكذلك البريد الإلكتروني وهذا بالطبع جاء بديلاً للبريد العادي سابقاً والذي يأخذ أسابيع حتى يصل للمرسل.

أما ردّات الفعل السلبية فهي تلك التي يكون فيها المتلقي غير مؤيد للمرسل، ويعبر عنها بالرفض والإنكار أو الاعتراض سواء أكان ذلك باللفظ أم بالاتصال غير اللفظي. وهنا يقع الدور على المرسل في تغيير طريقته في الحديث أو طرح الأفكار ليتفادى سلبيات الرسالة سواء أكان ذلك في الموضوع أم الطريقة التي يتم فيها التقديم.

٧- **المحيط الاتصالي Context**: يعد المحيط الاتصالي لعملية الاتصال من أهم عناصر الاتصال فهو السياق الأساسي الذي تتم من خلاله عملية الاتصال فالاتصال لا يتم في فراغ، إذ لابد من وجود مكان وزمان وأبعاد نفسية واجتماعية محيطة به.

ويقسم الطويرقي مكونات السياق أو المحيط الاتصالي إلى ثلاثة أبعاد هي:

أ) البعد المادي: ويُقصد به البيئة المادية للعملية الاتصالية من مبان وديكورات وأضواء وألوان وجو محيط بالعملية الاتصالية وهذا البُعد يؤثر في طبيعة الاتصال ونوعيته، فالاتصال الذي يتم بشكل رسمي في قاعة محاضرات، يختلف عن ذلك الذي يتم في بهو فندق، أو في مكان لتناول القهوة، أو في المنزل.

ب) البعد النفسي والاجتماعي: ويتعلق هذا البعد بالعادات والتقاليد والأعراف والقيم الخاصة بالمجتمع الذي تتم فيه العملية الاتصالية هذه الأعراف والتقاليد والقيم تفرض على المرسل التقيد بما هو متعارف عليه وعدم الخروج عنه. فالاتصال مع الوالدين غير الاتصال مع الأخوة، والاتصال في حضرة الرجال غيره في حضرة النساء، وما يصح قوله في موقف معين قد لا يصح في موقف آخر.

جـ) البعد الزمني: ويقصد به الزمن سواء أكان ذلك مختصاً بالتوقيت أم التاريخ فعلى سبيل المثال: هناك أوقات يصح فيها الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، وهناك أوقات لا يصح الاتصال فيها إلا في أوقات الضرورة فمثلاً: لا يمكن أن تتصل بصديق في ساعة متأخرة من الليل فقط من أجل استشارته، أو الحديث عن صحته، لكن يمكن فعل ذلك في حالات وجود أزمات معينة، كما نؤكد أيضاً أن ما يصح في زمن قد لا يصح في زمن آخر، فالخطب الرنانة التي كان يستخدمها قادة الشعوب في أوائل القرن العشرين لن تجدي نفعاً في هذا الزمن. والاتصال بوجهة نظر واحدة كان يمكن قبولها في زمن مضى لكن ليس في هذا الزمن الذي أصبح فيه الإنسان معرضاً للآراء الأخرى في كل لحظة وحين. (الطويرقي، ١٩٩٣، ص ص٣٢- ٣٣).

أنواع الاتصال

يختلف العلماء في تحديد أنواع الاتصال فبينما يقتصره البعض على الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، والاتصال التنظيمي، يضيف آخرون الاتصال الجمعي والاتصال الذاتي، كما نجد من يضيف الاتصال الثقافي، وطبعاً ينتج هذا الاختلاف نتيجة اختلاف تعاريف الاتصال ونماذجه، ونتيجة تعريف كل نوع منه.

لن يدخل المؤلف هنا في كثير من التنظير والتعريفات بحكم أن الكتاب موجه لغير المختصين ممن يرغبون الحصول على المهارات الاتصالية التي تساعدهم على أداء أعمالهم اليومية على أكمل وجه وبما يحقق الأهداف التي يصبون إليها. وسيضم الباحث أنواع الاتصال التي سوف يركز عليها في تعليم المهارات، وذلك وفقاً لما يأتي:

١- الاتصال البين شخصي Interpersonal Communication: ويقصد به الاتصال بين شخصين إلى خمسة وكلما زاد العدد قلت عملية التواصل الحميمية وضعفت القدرة على تواصل الأفراد مع بعضهم البعض. ويعد هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال وأكثرها قدرة على التأثير ولهذا نجد أن نظريات الاتصال تركز على أن تغيير الاتجاهات والسلوكيات يتم عبر هذا النوع من الاتصال أكثر من أي نوع آخر. ويعود هذا التأثير لاستخدام المشاركين في العملية الاتصالية اللفظية وغير اللفظية وحصول ردّات الفعل بشكل مباشر مما يضعف من عمليات التشويش وسوء الفهم بين المتواصلين في الحديث كما أنه يتيح للمرسل تعديل طريقته عندما يجد أن الطرف الآخر لا يتقبلها بشكل إيجابي.

ويحدث الاتصال الشخصي في مواقف رسمية أو شخصية وحميمية خاصة فقد يحدث بين الزوجين، وبين أفراد الأسرة، وقد يحدث بين الرئيس ومرؤوسه في العمل، أو بين الرئيس وعدد قليل من موظفيه وهكذا. فالعبرة في هذا الاتصال أنه يتاح لكل فرد فيه الفرصة للتفاعل مع الآخرين وجهاً لوجه.

٢- الاتصال الجمعي أو العام Public Communication: يقصد بهذا الاتصال، الاتصال المواجهي Face-to-Face الذي يحدث بين شخص وعدد كبير من الجمهور في مكان معين ووقت محدد، ويأخذ هذا الاتصال أشكالاً متعددة منها:

أ) الخطب: لعل أهم الخطب لدينا ـ نحن المسلمين ـ التي تتكرر دائماً هي خطب الجمعة وخطب العيدين حيث يوجه الخطيب رسالته للحضور في المسجد في أمور

شتى تختلف باختلاف ظروف الزمان والمكان. كما توجد خطب أخرى كثيرة، مثل الخطب السياسية، وخطب مدراء الشركات الكبرى لموظفيهم الخ.

ب) الندوات والمؤتمرات: يقوم الفرد بإرسال رسالته المحددة في الندوة ويوجه للجمهور الحاضر والذي يرغب في الاستماع إليه، وعادة ما يكون هناك مجموعة من المحاضرين أو المؤتمرين الذين يجلسون على طاولة واحدة ثم يلقي كل منهم ورقته أمام الحضور الذي يجلس أمامهم.

ج) المحاضرات: التي يقوم فيها المحاضر بالحديث عن موضوعه أمام حشد من الناس سواء أكانوا طلاباً أم جمهوراً عاماً جاء ليسمع المحاضر.

يمتاز هذا النوع من الاتصال بالقوة والفاعلية متى ما كان المرسل متمكناً من موضوعه وملماً به، ومتى كان يتمتع بقدرات اتصالية جيدة، يسيطر فيها على عملية الاتصال، فيعرف متى يتحدث، ومتى يسكت، ومتى يرفع صوته، ومتى يخفضه، ومتى يقول آراءه، ومتى يستشهد بالآخرين، وأيضاً يعرف كيف يستخدم الاتصال غير اللفظي من حركات وإيماءات ونظرات لجمهوره. ويعرف في الوقت نفسه وضعية جماهيره ومدى تفاعلها معه. ويختلف هذا الاتصال عن الاتصال الشخصي في أن المرسل لا يعرف سمات كل فرد أمامه ولا ردات فعل كل فرد، ولكنه يأخذ التوجه العام ويبني عليه في عملية حديثه.

٣- الاتصال الجماهيري Mass Communication: عندما نريد التواصل مع مجاميع كبيرة من البشر عبر قنوات اتصالية في اللحظة نفسها يسمى اتصالاً جماهيرياً سواء أكان عبر الوسائط الاتصالية الطباعية كما هو الحال مع الصحف والمجلات، أم كان عبر الوسائط الاتصالية التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والسينما، أم كان عبر وسائط حديثة مثل شبكة الإنترنت. والعبرة هنا أن قصد المرسل الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس في أماكن عدة ولعل التطور المذهل في عالم الاتصال اليوم قضى على الكثير مما

كان يعتبر من العوائق الجغرافية والثقافية في الوصول إلى أماكن بعيدة وفي مناطق نائية، فالآن عن طريق الأقمار الصناعية والألياف البصرية أصبح الإنسان يستطيع التواصل بشكل فردي أو جماعي مع كل أنحاء المعمورة بكل يسر وسهولة.

٤- الاتصال عبر الثقافات Intercultural Communication: في عصرنا الحاضر عصر الانفتاح على الآخر وعصر ما يسمى بالعولمة، فإنه حري بنا الحديث عن الاتصال عبر الثقافات إذ أصبح الفرد منا مُعرّض في كل لحظة بالتواصل مع الآخر المختلف عنا في القيم والعادات والتقاليد والأعراف. وهذا التلاقي مع الآخر لم يعد مقتصراً على التلاقي الشخصي، ولكن يمكن أن يتم كل لحظة مع استخدام الإنترنت وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة، فأصبح أطفالنا وشبابنا لا يلعبون ويتحدثون مع أبناء المدرسة الواحدة والحي الواحد، ولكنهم صاروا يفعلون ذلك مع أطفال وشباب العالم، فلم يعد أمراً مستغرباً أن نجد للشباب والفتيات أصدقاء وصديقات في كل أنحاء المعمورة.

يتطلب هذا الاتصال العابر للقارات والمجتمعات الإلمام بالاختلاف، ليس فقط في القيم والعادات والتقاليد، واللغة المستخدمة، ولكن أيضاً في كيفية التفاعل واستخدام الرموز والإشارات، وفي طرق التفكير والحديث.

سيتم التطرق في الفصل الأخير من هذا الكتاب لبعض الاختلافات الثقافية بين الشعوب، وماهية المهارات الاتصالية اللازمة.

٥- الاتصال التنظيمي Organizational Communication: يقصد بالاتصال التنظيمي الاتصال الذي يتم داخل المنظمات أو المنشآت سواء أكانت خاصة أم حكومية. وهو اتصال يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات والاتصالات بين المستويات المختلفة لإدارات المنظمة ومنسوبيها. ويقسم الاتصال هنا إلى اتصال رأسي من الرئيس إلى المرؤوسين، أو قاعدي من المستويات الإدارية الدنيا في المنظمة إلى الأعلى، أو

يكون أفقياً أي الاتصال في نفس المستوى مثلاً من رئيس قسم إلى آخر، أو من موظف لآخر في المستوى الإداري نفسه.

وقد بدأ الاهتمام بشكل أكبر بالاتصال التنظيمي في النصف الثاني من القرن الماضي لما تبين لعلماء الاتصال والإدارة من أهمية بالغة لهذا الاتصال في تعزيز وتحسين الإنتاج والعمل في المنظمات، فهناك علاقة ـ كما تبين بعض الدراسات ـ بين زيادة الإنتاج، وارتفاع الروح المعنوية، ووجود أنظمة اتصال دون وجود اتصال واضح بين الإدارة العليا والعاملين لن يساعد في القيام بالعمل بشكل فاعل وناجح، كما أن ضعف هذا الاتصال يؤدي إلى الغموض في المعلومات، وإلى انتشار الشائعات في المنظمة، وإلى كثرة المشكلات وتراكمها، وبالتالي ضعف الروح المعنوية وتحقيق الذات مما ينعكس سلباً على الإنتاجية بشكل واضح. (عجوة، ١٩٩١، ص ص٤٠- ٤١).

٦- الاتصال الذاتي Intrapersonal Communication: يقصد بالاتصال الذاتي الاتصال بين الإنسان وذاته ويقوم الإنسان بهذا الحوار الداخلي بينه وبين نفسه من أجل مراجعة النفس والأفكار والمشكلات والوقوف معها مواقف تأملية وتصحيحية ويعد هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال الإنساني وفشلك في هذا الاتصال يعني فشلك في غيره (الهيتي، ١٩٩٩، ص٢٧).

سيتم تخصيص الفصل التالي للاتصال الذاتي؛ نظراً لأهميته في المهارات الاتصالية جميعها.

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما عناصر الاتصال التي درستها في الكتاب؟

العنصر	تعريفه مع التمثيل
١.	
٢.	
٣.	
٤.	
٥.	
٦.	
٧.	

السؤال الثاني: تحدّث عن التشويش أو التداخل وأقسامه؟

أقسامه
١.
٢.
٣.
٤.

السؤال الثالث: ما المقصود بالمحيط الاتصالي؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

احضر لمحاضرة ثقافية أو أدبية وراقب المحاضر والحاضرون، وكيف تتم عملية التواصل بين الطرفين إنصاتاً ومشاركة؟؟ ثم قدِّم تقريراً عن ذلك.

تدريب (٢)

تحدث إلى كفيف.. انظر كيف تكون العلاقة الاتصالية؟، تحدث إلى صديق لك في مكان مزدحم.. ماذا يحدث في اتصالكما؟

الفصل الثاني

الاتصال الذاتي

Intra-personal Communication

● مفهوم الذات وإدراكها ● تشكيل الذات وتقسيماتها ● البوح عن الذات ● درجات انفتاح الذات ● فوائد البوح الذاتي ● معوقات البوح الذاتي

تمهيد

في هذا الفصل، نتناول أحد أهم أنواع الاتصال بشيء من التفصيل؛ ألا وهو الاتصال الذاتي intra-personal communication، نتطرق في هذا الفصل لأهم تأثيرات الاتصال الذاتي سواء أكانت على الأداء، أم الاتصال بالآخرين، أم على أعماقنا الشخصية، ويتناول الفصل كذلك مفهوم الذات وإدراكها، وكيفية تشكيل الذات، وماهية البوح عن الذات، ودرجات انفتاح الذات، وفوائد البوح الذاتي ومعوقاته.

والاتصال الذاتي يأتي في اللغة الإنجليزية تحت مسميات عديدة مثل: الحوار الذاتي Self-Dialogue، والحوار الداخلي Inner-Dialogue، المناجاة الداخلية Inner-Monologue، الخطاب الروحي أو الداخلي Inner-speech. وبعض الباحثين يضم إلى الاتصال مع الذات ما يسمى باتصال ما وراء الذات Transpersonal Communication

والذي يعني الاتصال الروحي أو الاتصال بالله ـ سبحانه وتعالى ـ ومناجاته عز وجل. ولعل ـ في نظري ـ من أهم ملامح هذا الاتصال لوم الإنسان لذاته ونقده لها. والإنسان في تضرعه ودعائه لربه ـ سبحانه وتعالى ـ يكون نتيجة لحالة الخوف من العذاب والرغبة في الجنة، وفي حالات الشدة والكرب والضعف الإنساني، وفي حالة الطمع في رحمة الله عز وجل وهذه دون شك حالات داخلية ذاتية يراجع فيها الإنسان نفسه، ويدخل معها في اتصال وحوار يطلب بناءً عليها الرحمة والعفو من خالقه.

روى أبو هريرة ـ رضي الله عنه ـ قال: قال: رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم: "إن الله تجاوز لأمتي ما حدثت به أنفسها ما لم يتكلموا أو يعملوا به" وفي الحديث القدسي فيما رواه النبي ـ صلى الله عليه وسلم ـ عن ربه "يقول الله عز وجل: يا ابن آدم إن حدثت نفسك بحسنة فلم تعملها كتبتها لك حسنة، وإن عملتها كتبتها لك عشراً". وكثيراً ما يحدّث الإنسان نفسه في أمور شتى تقابله في حياته، وعندما يختلي بنفسه يحدّث ذاته وينقدها أو يلومها، وربما يكون مبتهجاً لعمل ما قام به. والحديث عن النفس قد يأخذ شكل الحوار فيقول لو عملت كذا سيحصل كذا، ولو قلت كذا كان حصل كذا وكذا أو لم يحصل كذا وكذا ويكون هذا الحوار الداخلي في أحيان كثيرة مفيداً جداً للإنسان قبل مقابلة شخص آخر يريد الحديث معه. والحديث مع النفس قد يكون صامتاً وقد يكون بصوت ظاهر. يقدم لنا خان Khan أهم تأثيرات الاتصال الذاتي على الفرد:

- يؤثر على أدائنا: فالتفكير يقود إلى الشعور والشعور قد يقود في النهاية إلى السلوك والتصرف، ويرى خان أنه عندما يكون تفكيرنا سلبياً فهو قد يقودنا إلى شعور سلبي وبالتالي إلى سلوك سلبي.
- يؤثر على اتصالنا بالآخرين: يؤكد خان على أن من أهم أسباب فشل الفرد في التعامل الاتصالي مع الآخرين، لا يعود لمشكلات وتصور أدائي فسيولوجي،

ولكن يعود إلى انخفاض في احترام الذات والذي ينتج عن تفكير الإنسان وحديثه السلبي مع نفسه فعندما يرى الإنسان نفسه غير مؤهل لعمل كذا، أو لقول كذا، أو عندما يحس أنه أقل من الآخرين، أو أن لغته ضعيفة كل ذلك يؤدي في النهاية إلى فشله في التواصل مع الآخرين.

- يؤثر بعمق على شخصياتنا: إن الإنسان يتأثر بعمق من خلال اتصاله الذاتي، فما يشعر به من حزن واكتئاب وعدم السعادة وسوء الحال هو في كثير من الأحيان نتيجة الاتصال الذاتي السلبي والذي ندخل فيه دون وعي منا.

ويقدم خان بعض الإستراتيجيات المساعدة في تحسين الاتصال الذاتي، وبالتالي تعزيز قدراتنا في الاتصال بالآخرين، وفي احترام ذواتنا، والتأثير الإيجابي على شخصياتنا، ومن أهم هذه الإستراتيجيات:

- الوعي بالاتصال الذاتي: إننا لا نعي في كثير من الأحيان باتصالنا الذاتي، فقد يمر علينا مروراً دون التفكير فيه بعمق، مثل بقية الأشياء الروتينية التي نقوم بعملها كل يوم دون التفكير في آلياتها وكيفيتها. وأول خطوة لتحسين الاتصال الذاتي هو الوعي به.
- الاختيار: يرى خان أهمية أن تختار الأفكار الإيجابية وأن توقف بوعي الأفكار السلبية. ويرى أن ذلك في البداية يعد أمراً صعباً للغاية نتيجة لعاداتنا السابقة في عدم الوعي بهذا التفكير لكن يمكننا التغلب عليه عن طريق التدريب العقلي والاستمرار في ذلك.
- اتخاذ الفعل: عندما يشعر الإنسان بالإحباط واليأس والهزيمة ويبحر في تفكيره واتصاله الذاتي نحو ذلك نتيجة لظروف معينة، عليه أن يوقف هذا التفكير، بل عليه أن يفكر في الأمور الإيجابية التي حصلت له أو ماهية الأشياء التي استطاع تحقيقها.

• الصلاة: على الإنسان أيضاً أن يتصل بخالقه ـ عز وجل ـ وأن يشعر بالقدرة الإلهية التي تتحكم في الكون. والصلاة دون شك تساعد المؤمن على التفكير الإيجابي والشعور بالسكينة وإنه لن يحصل لنا إلا ما كتب الله سبحانه وتعالى علينا. (Khan,2010,PP.1-2).

مفهوم الذات وإدراكها

يتكون مفهوم الذات Self-Concept من عنصرين أساسين هما:

١- تصور الذات Self-image: ويقصد به الصورة التي يشكلها الفرد عن نفسه.

٢- احترام الذات Self-esteem: وهي القيمة التي يضعها الإنسان للصورة التي يشكلها عن نفسه.

ويقسم العلماء الذات إلى ثلاثة أقسام رئيسة هي:

١- الذات الحقيقية Real Self: ويقصد بها التصور الذي يحمله الفرد لنفسه بأمانة أو بمعنى آخر الصورة الحقيقية التي يرى الإنسان بها نفسه، وقد يغالي الفرد هنا في تصوره عن ذاته، فيبالغ في السعادة أو الحزن إذ يقدر نفسه بناءً على معطيات شخصية غير دقيقة حتى وإن حاول أن يكون أميناً مع نفسه.

٢- الذات العامة Public Self: ويقصد بها الذات التي نسمح للآخرين بمعرفتها عنا. وهي بالطبع ليست الذات الحقيقية، ولكنها ذاتاً مُشكَلَة بما يتوافق مع العادات والتقاليد ومعيارية المجتمع الذي حولنا فيخفي الفرد بعض السمات التي يرى أن الآخر قد ينفر منها، ولعل هذه السمات تظهر بشكل جلي في مجتمعاتنا العربية حيث تكثر فيها ثقافة العيب.

٣- الذات المثالية Ideal Self: يبدأ الإنسان في تكوين تصور مثالي عن نفسه، ويرغب في أن يكون فيه أو يفكر أنه ينبغي أن يكون، ويتكون هذا التصور منذ عمر

الإنسان المبكر، وهو تصور يتغير من فرد لآخر، بناءً على تغير التراكيب النفسية والاجتماعية والخبراتية للأفراد. بل إنه يتغير في الفرد بتغير علمه ومعرفته، فكلما زاد عمره وزادت مستوياته المعرفية والخبراتية، صار أكثر معرفة بذاته وقدراته (جمبي، ٢٠٠٧؛ Mckay, Davis, and Fanning,1995).

تشكيل الذات وتقسيماتها

يرى العلماء أن الإنسان يكوِّن الصورة الذاتية بناءً على عدة معطيات، بعضها نابعة من تصورات الفرد النفسية والخبراتية ومقارنة نفسيته بالآخرين، وبعضها راجع لتصورات الآخرين عنه وانعكاسها على شخصيته، ونورد هنا شيئاً من التفصيل حسب ما أورده روزنبرج (Rosenberg 1979) والتي ذكرها الطويرقي في كتابه علم الاتصال المعاصر (١٩٩٣، ص ص٧٩- ٨٣).

أ) التقييم المنعكس Reflected appraisal: ويقصد به أن الإنسان وعلى المستوى البعيد يتأثر بتصورات الآخرين عن ذاته فالفرد يكوّن تصور عن ذاته بناءً على تفاعله مع الآخرين وكيف يقيّمون ويرسمون شخصيته.، فيرسم لنفسه صورة بناءً على هذا التوجه الجمعي الخارجي ويتكيف معه لذا، فنحن نرى ذواتنا ومن غير وعي منا، كما يصورها مَن حولنا. (الطويرقي، ١٩٩٣، ص٨٠؛ Rosenberg,1979).

ب) المقارنة الاجتماعية Social Comparison: ويقصد بذلك أن الفرد يقيّم ذاته ويحكم عليها عن طريق مقارنتها بمَن حوله عن طريق مقاييس متنوعة مثل: الصورة الذهنية المثالية. والتقييم للذات مقارنة بالآخرين تأخذ الشكل الفردي أو الجمعي فيقارن الإنسان بين ذاته وأشخاص مرجعيين له بناءً على سماتهم مثل المهارات والقدرات والعطاء، فهذا ذكي، وذاك غبي، وهذا كسول،

وذاك نشط وهكذا، فيرسم صورة لذاته مقارنة بهذه الشخصيات. أما على المستوى الجمعي فإنه ينظر إلى مدى قربه أو بعده عمّا تقره الجماعة وما ترفضه، فالفرد يكون مميزاً في عرف الجماعة كلما اقترب من معاييرها الأخلاقية والمعيارية.

جـ) العزو الذاتي Self attribution : يُعنى هنا بالعزو الذاتي أن الإنسان يشكل ذاته من خلال نظرته لأفعاله الشخصية وتجاربه، وما حققه من نجاحات وتميزه في مجتمعه لذا، فهو يحكم على ذاته بناءً على ذلك ويرسم لنفسه صورة نابعة من قدراته الشخصية، وما حققه من إنجازات على المستوى الشخصي.

د) المركزية الذاتية Psychological Centrality : ويقصد بهذا العنصر أن المفهوم الذاتي للفرد لا يعني أن يكون جمعياً فقط ، ولكن يمكن أن يكون نفسياً ذاتياً عميقاً أيضاً فالفرد يكوّن صورته الذاتية من خلال قدراته واستنباطاته الشخصية وقدراته التحليلية لها، وإن تم تشكلها من خلال العلاقات الاجتماعية والقيم المرجعية الجمعية.

وهنا ينبغي التنبيه على أن الفرد يشكل ذاته وتصوراته النهائية عن نفسه من هذه العناصر جميعاً، وإن غلبت سمة أو عنصر من هذه العناصر على السمات الأخرى. (الطويرقي، ١٩٩٣، ص٨٢؛ Luft,1970).

البوح عن الذات
Self-Disclosure

إن كشف الإنسان لنفسه أمام الغير ليس بالأمر الهين وذلك لأسباب كثيرة منها: خوف الإنسان من أن تستنكر عليه بعض أفعاله، أو أنه سيصدم بالرفض، بل ربما يبتعد عنه بعض أصدقائه، أو ربما تتكون لديهم انطباعات سلبية عنه، أو لأنه لا يريد لأسباب أخرى كثيرة.

والمقصود هنا هو كشف النفس لشخص آخر بشكل حقيقي دون رتوش، ودون تلميع أو تحوير. لقد قام بعض العلماء بتقسيم الذات البشرية إلى أربعة أجزاء رئيسة سُميت نافذة جوهاري Johari window تمثل ذاته وهي كما يتضح في الشكل رقم (١):



الشكل رقم (١). تقسيمات الذات البشرية.

مأخوذ من: (Mckay, Davis, and Fanning, 1995, P.22)

نجد في الجزء الأيمن الذات العمياء، وتتكون من الأشياء التي يعرفها الغير عنا ممن يخالطونا ويلتقون بنا، ومن الأصدقاء والمقربين، ولكننا لا نعرفها أو غير مدركين لها مثل: بعض عاداتنا، وتصرفاتنا، وسلوكياتنا، وآليات الدفاع لدينا الخ، بينما في الجزء الأمامي الأيسر الذات المكشوفة، نجد كل تصرفاتنا وأعمالنا التي ندركها ويدركها الآخرون عنا أيضاً وهي الذات الواعية، أما في الجزء الأيمن السفلي نرى الذات غير

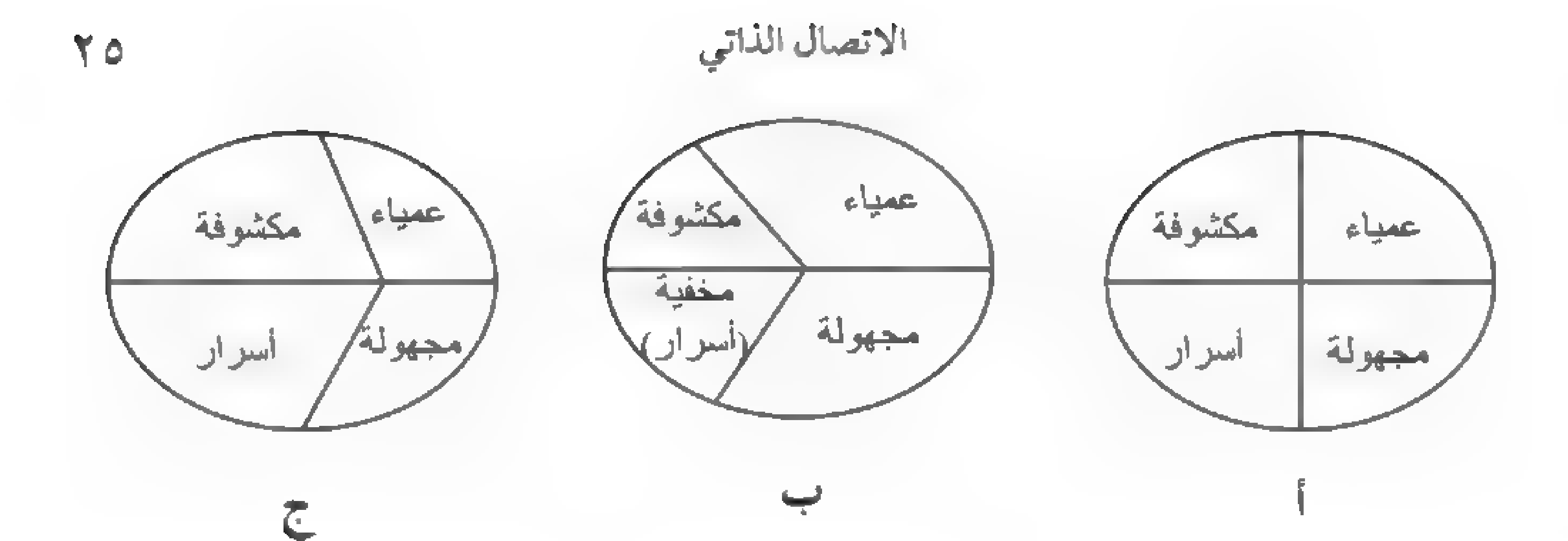
المعروفة أو المجهولة والتي كما يدل اسمها غير معروفة، ولكننا نفترض وجودها، وهناك من الأدلة والبراهين ما يثبت وجودها في اللاوعي مثل الأحلام، والخبرات Mystical experience. أما الجزء الرابع والأخير الموجود في الجزء السفلي الأيسر الذات المخفية أو أسرار الذات وهي أشياء معروفة لذات الإنسان ولكنها غير معروفة للآخرين، وهي تمثل أسرار الإنسان من قول وفعل وأفكار وأحلام ورغبات وشعور مما لا يريد للناس معرفتها عنه.

بينما تبدأ التجارب التي نعايشها من مشاهدة وشعور وسمع ولمس في العالم من حولنا في الذات المخفية، تنتقل تدريجياً إلى الأجزاء الأخرى بعضها يبقى مخفياً، وبعضها ينتقل إلى العادات في اللاوعي لتنتقل إلى الذات العمياء، ومنها ما ننساه فينتقل إلى الذات المجهولة، ومنها ما ينتقل إلى الذات المكشوفة. (Mckay, Davis, and Fanning, 1995, P.22).

درجات انفتاح الذات
Levels of Self Disclosure

١- طبيعة شخصية الإنسان

يختلف الأشخاص في درجة انفتاحهم على الآخرين، فمنهم من يميل إلى العزلة والتحفظ والتكتم أكثر من الآخرين، ومنهم من تكون درجة انفتاحه على من حوله عالية وفي الصورة التالية ثلاثة أشكال لثلاثة أنواع من الناس وهي مجرد أمثلة. نجد الشخص في (أ) بنظام متوازن تتساوى فيه تقريباً درجة انفتاحه على الآخرين مع الدرجات الأخرى، بينما نجده في (ب) أنه أكثر تكتماً وانغلاقاً، قليل الانفتاح، لا يعرف نفسه كثيراً. أما في الدائرة الثالثة (ج) فإن الشخص هنا منفتح أكثر ويعرف نفسه بشكل أكبر.



٢- الشخص المتحدث إليه

تكون درجة الانفتاح طبقاً لماهية الشخص المتحدث إليه، فالدراسات تؤكد على أن الشخص يكون أكثر انفتاحاً مع صديقه المقرب، ومع من يحب أكثر مما يكون مع شخص لا يعرفه كثيراً، أو شخص منافس له في منصب معين.

٣- طبيعة الموضوع المتحدث فيه

تتباين درجة الانفتاح على الآخر بناءً على طبيعة الموضوع المتحدث فيه أيضاً، فالحديث عن موضوعات عامة مثل الرياضة والملابس والأزياء غير الحديث عن أشخاص أو سلوكيات أخلاقية معينة.

٤- وضع الإنسان وحالته النفسية أثناء الحديث

تؤثر حالة الشخص النفسية في درجة الانفتاح، فقد يكون أكثر انفتاحاً عندما يكون فرحاً أو في حالة من السعادة والنشوة، بينما يكون أكثر تكتماً في حالات الحزن مثلاً وهذا مما يجعل الإنسان مختلفاً في درجة إفصاحه عن نفسه من وقت لآخر.

فوائد البوح الذاتي
Self Disclosure

يتيح انفتاح الذات على الآخرين الحصول على فوائد جمة تتجاوز كثيراً فوائد الانغلاق التي تعيق العملية الاتصالية بشكل كبير. ولعل من أهم هذه الفوائد كما يذكرها Mckay, Davis, and Fanning :

١- **زيادة معرفة النفس:** عندما تتحدث مع الآخرين عن رغباتك ودوافعك وشعورك وأفكارك، فأنت تضطر إلى توضيحها للآخرين فتجدك تحددها، وتشرحها وتعطيها ألواناً معينة حتى تصل إلى الآخرين وقد أخذت شكلاً محدداً هذا الشكل يجعلك أكثر معرفة ودراية بنفسك وبخباياها مما لو تركتها مخفية لديك.

٢- **علاقة أكثر حميمية:** يتيح لك البوح عن النفس علاقة أكثر حميمية وعمقاً مع الطرف الآخر، خاصة إذا بادلك هو البوح نفسه أما إذا كان طرفا العلاقة أو أحدهما لا يبوح بما فيه الكفاية، فإن العلاقة تتعثر ولا تتطور أبداً وتقف عاجزة عن تجاوز حدود واضحة.

٣- **تعزيز العملية الاتصالية:** البوح الذاتي يولد في الوقت نفسه بوحاً ذاتياً من الطرف الآخر فيبدأ المقابل يتخلص من تحرجه في الحديث عن أسراره ورغباته ودوافعه وأفكاره فيبادله بالبوح نفسه حتى لو لم تكن العلاقة بينهما حميمية وهذا بالتالي يجعل الحديث عن بعض الموضوعات أكثر عمقاً ووضوحاً وهذا يساعد على حل المشكلات، وتمتين الروابط والعلاقات بين طرفي العملية الاتصالية.

٤- **تخفيض الشعور بالذنب:** في بعض الأحيان يجلد الإنسان ذاته نتيجة لعمل ما عمله أو لم يقم به، فيرى أنه ارتكب ذنباً لا يُغتفر، والشعور بالذنب مؤلم للنفس. نحن هنا لا نتحدث عن الذنوب الكبيرة التي بينها الإسلام، ولكن نتحدث عن اعتقاد الإنسان لارتكابه ذنباً ما نتيجة لتقصير كما يعتقد في الأداء، أو أنه قام به ويرى أنه أتى خطأً فادحاً فيشعر بالذنب. وفي كثير من الأحيان نجد أن هذا الاعتقاد بارتكاب الذنب ليس صحيحاً، ولكنه مبالغة من الإنسان ومحاسبة لنفسه في غير محلها مثلاً: قد لا يستطيع مساعدة إنسان يغرق أمامه فيعتقد أنه ارتكب ذنباً رغم أنه لا يستطيع السباحة، ولم يجد أحداً أو شيئاً ينتشل به الغريق إلخ، إن البوح بمثل هذه الأسرار تخفف عن الإنسان مسؤولية الشعور بالذنب؛ لأنه يبدأ ينظر للموضوع بعد البوح

بشكل موضوعي، ويجد رجع الصدى من الطرف الآخر مؤكداً له أنه لم يرتكب الخطأ أو الذنب بالصيغة التي هو يظن نفسه بها، كما أن هذا البوح يُزيح عن كتف الإنسان (سراً) حملاً ثقيلاً يجثم عليه، إن كثيراً من العلاجات النفسية تتم عبر واسطة البوح الإنساني لأسرار يكتمها الفرد من صغره. إنك هنا تعالج نفسك من خلال صديق تثق فيه.

٥- **طاقة أكثر**: البوح عن الذات يتيح لك الحصول على طاقة كبيرة قد أشغلتها في الحفاظ على هذا السر أو ذاك. إن قيام الإنسان بالاحتفاظ بسر كبير عن زوجته مثلاً سيؤرقه ويشغل باله ويجعله لا يرى أشياء تتغير أمامه نتيجة لانشغال فكره بهذا السر. (Mckay, Davis, and Fanning, 1995; Luft,1970)

معوقات البوح الذاتي

تتعدد معوقات البوح الذاتي من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر، لكن لعل من أهمها كما يقدمها هايلز ويفر هي:

- ظهور العيوب للآخرين: يخاف بعض الناس من البوح الذاتي للآخرين، لأنه قد يظهر العيوب الشخصية التي ربما لا تلاحظ دون هذا الإفصاح الذي يقوم به الفرد نفسه.
- الخوف من فقدان الشخصية: يعتقد بعض الناس أن عملية بوحه ببعض أسراره قد يفقده شخصيته التي جاهد كثيراً في بلورتها حتى صارت على ما هي عليه. وقد يؤدي هذا البوح إلى خدشها.
- الخوف من فقدان الصديق المتحدث إليه: في أحيان كثيرة يتردد الإنسان في البوح بسر ما لصديق، وربما للخطيبة أو الخطيب، أو ربما لشريك في عمل ما خوفاً من

أن يفقد هذا الصديق أو الإنسان المقرب إليه. فمثلاً: لو باح الخطيب بحب قديم له مع بنت الجيران، فربما تغضب خطيبته وتتركه.

- الخوف من أن يُستغل البوح ضدك: يخاف بعض الناس من هذا السر الذي يقدمه لشخص ما تطوعاً، أن يقوم باستغلاله ضده عند أقل مشكلة تحدث بينهما، خاصة إذا كان هذا السر خطيراً.

وأعتقد أن أحد أهم الأسباب في الخوف من البوح في ثقافتنا هو الخوف من إفشاء سره من قبل صديقه للآخرين، ومن ثم حدوث وصمة عار له، خاصة إذا كان سره هذا خطيراً، أو أنه خطأ كبير في نظر الجماعة المرجعية فطبيعة العلاقة بين الفرد والجماعة في مجتمعاتنا العربية كبيرة جداً ولا يمكن مقارنتها بما في الغرب مثلاً.

باختصار: لاشك أن بوح الإنسان عن ذاته يساعده في تعزيز وتحسين نوعية الاتصال والتواصل مع الآخرين وكلما انفتح الإنسان بنفسه على الطرف الآخر، استطاع أن يوثق علاقاته وأن يعزز مكانته ويتعرف على ذاته بشكل أكبر مع تخفيف الأعباء النفسية عن كاهله. لكن، ينبغي أن ندرك أن في مجتمعنا العربي - حسب عاداته وتقاليده - هناك الكثير من القيود التي لا تساعد على الانفتاح في العلاقة البوحية نظراً لما قد يصيب الطرف الذي يبوح عن نفسه من أضرار اجتماعية ونفسية قد تتجاوز المكاسب التي سيحصل عليها من بوحه. لذا، على الإنسان مراعاة التالي:

- ليس كل إنسان يمكن أن تبوح له بأسرار ذاتك، لذا عليك التأكد من شخصية من تبوح له وأنه يستحق ثقتك فيه.
- البوح عن الذات لا يعني التطرف وإزاحة الستار عن كل شيء إذ أن بوحك المُبالَغ فيه سيعطي الانطباع عنك بأنك شخص لا يمكن الوثوق فيه، بل إنك شخص لا يمكن الاعتماد عليه في حفظ السر وهذا، يلعب دوراً معاكساً وسلبياً في عملية الاتصال.

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: من هم الذين تبوح لهم عن ذاتك؟

الإجابة
١.
٢.
٣.
٤.

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

حاول أن تتذكر أكثر الأشياء التي تبوح بها عن ذاتك متى؟، وأين؟، ولمن؟، وما انعكاس ذلك عليك؟.

تدريب (٢)

اذكر تجربة لك في البوح عن الذات؟، ماذا استفدت؟، وماذا خسرت؟، وهل ستكررها؟.

اختبار قدرات: ضع علامة (✓) أو (X) أو (O) أمام العبارات التالية: (✓) يمثل أنك سبق وأن بحت بهذا لصديق مقرب منك، (X) لم يسبق لك أن بحت به أبداً، (O) بحت به ولكن مع بعض الحذف والتعديل:

العبارة	الإجابة
١. النادي الذي تميل إليه في تشجيع كرة القدم.	
٢. الطعام المفضل لديك.	
٣. البرامج التلفزيونية المحببة إليك.	
٤. أهدافك المستقبلية في الحياة.	
٥. وضعك المالي.	
٦. مصادر دخلك المالية.	
٧. أشياء شعرت بالخجل من قيامك بها.	
٨. أشياء في تصرفاتك لا تحبها.	
٩. أشياء في حياتك لا تحبذها.	
١٠. مشاكلك الصحية.	
١١. الأشياء التي تحبها.	
١٢. مواصفات الجمال في المرأة لديك، أو مواصفات الوسامة في الرجل كما ترى.	
١٣. مشاكل عائلية حصلت لك.	
١٤. أشياء عملتها في السر.	

إذا وضعت علامة (✓) على أقل من ١٠ فأنت شخص كتوم قد لا تعرف نفسك كثيراً، كما أنك تحب ألا تبوح بأسرارك أبداً.

الفصل الثالث

الاتصال غير اللفظي

Non verbal Communication

- العلاقة بين الاتصالين: اللفظي وغير اللفظي
- مجالات (طرق) الاتصال غير اللفظي
- الظهور والحضور

تمهيد

يسمى الاتصال غير اللفظي Nonverbal Communication أيضاً لغة الجسد Body language* ويعده الباحثون أكثر أهمية من الاتصال اللفظي ذلك أنه يقوم بأدوار أشمل وأكبر. يرى باحثو الاتصال أن الاتصال الجسدي يشكل ما بين ٥٥- ٦٥٪ من المجموع الكلي للاتصال، فبينما يقوم الاتصال اللفظي بإيصال المعلومات، يقوم الاتصال غير اللفظي بإيصال القيم والشعور والاتجاهات (Steps of Success, 2004,P.17). وجد ألبرت مربيان Mehrabian أن تأثير الرسالة ينقسم إلى:

١- الكلمات Worlds وتمثل ٧٪ من التأثير.

(*) يرى المؤلف أن اقتصار الاتصال غير اللفظي على حركات الجسد تسمية غير دقيقة، فالاتصال غير اللفظي يشمل أشياء أخرى غير حركات الجسد مثل: حجم الصوت وطبقته وإيقاع الكلمة، إضافة إلى المسافة والحيز المكاني.

٢- الصوت Vocal ويمثل ٣٨٪ ويشمل : حجم الصوت، وطبقته، والإيقاع..إلخ.

٣- الحركات الجسدية وتمثل ٥٥٪ (Mckay, Davis, and Fanning, P.53).

يشمل الاتصال غير اللفظي :

١- لغة الجسد: اتصال العيون، وتعابير الوجه، وحركات الجسد، والإيماءات والإشارات، ودرجة الصوت وطبيعة الوقفة.

٢- المسافة الشخصية : ويقصد بها درجة قربك أو بعدك من الطرف الآخر.

ويعني هذا أن تأثير الاتصال غير اللفظي يمثل ٩٣٪ من العملية الاتصالية، وتبقى ٧٪ فقط للكلمات.

ويعد الاتصال غير اللفظي تجسيداً لمقولة علماء الاتصال من أنه : "لا يمكنك ألا تتصل" فاتصالك بالآخر أمر حتمي تحدثت أم لم تتحدث إليه إن ابتسامتك مهما كانت خفيفة تعطي رسالة للشخص الآخر غير ظهورك متجهماً.

تعبيرات الوجه العالمية : تؤكد بعض الأبحاث على أن هناك اتفاقاً لبعض تعابير الوجه بين مختلف الثقافات وتتمثل في ستة تعابير هي :

- الحزن
- المفاجأة
- الغضب
- السعادة
- الخوف
- الاشمئزاز

ويرى بعض العلماء أن هذا الاتفاق يدل على أن هذه التعابير والانفعالات تولد مع الإنسان ولا يكتسبها. إلا أن الكثير منهم أيضاً يتفق على أننا يمكننا – بالرغم من

ذلك ـ تحسين وتعزيز هذه التعابير والتحكم فيها بما يخدم اتصالنا. (بورج، ٢٠١٠، ص٩٠).

الاختلافات الفردية: توضح نتائج العديد من الأبحاث والدراسات الغربية والتي عُملت من أواسط السبعينيات من القرن الماضي أن الاختلافات في استخدام الاتصال غير اللفظي تختلف حسب العمر، والذكاء والكثير من الخصائص الشخصية الأخرى، وقد توصلت الدراسات إلى:

١- هناك علاقة بين القدرة على الإرسال والقدرة على الاستقبال بمعنى أن الشخص الجيد في الإرسال هو جيد أيضاً في الاستقبال والتفسير.

٢- هناك علاقة بين العديد من الخصائص الشخصية وإجادة استخدام الاتصال غير اللفظي. من هذه الخصائص عدم التحفظ أو الكتمان، والانبساطية أو الانفتاح على الآخر بعيداً عن الذات، والتعبيرية، وعدم وجود التوجه العقدي الدوغمائي، والاعتزاز العالي بالنفس، ومراقبة النفس بشكل عال، والجاذبية الجسدية.

العلاقة بين الاتصالين اللفظي وغير اللفظي

هناك علاقة وثيقة بين الاتصالين اللفظي وغير اللفظي، وهما يحدثان سوياً، فالاتصال غير اللفظي يقوم بوظائف متعددة سواء أكانت مؤكدة أم متممة أم مناقضة أم منظمة أم جاذبة. وفيما يلي أهم أوجه الارتباط، كما ذكرها العديد من الباحثين والمتخصصين في الاتصال: (الطويرقي، ١٩٩٣؛ مطاوع، ٢٠٠٧؛ Knapp,1978;Knapp and Hall,2005).

١- **التكرار:** يقوم الاتصال غير اللفظي بتكرار الرسالة اللفظية من أجل التأكيد على فهم الرسالة فلو سألك النادل في مطعم كم عصير تفاح؟ فستقول واحد وتستخدم أصبعك في إشارة لرقم واحد لتؤكد على أن العدد المطلوب هو عصير واحد.

وعندما يسألك زميلك هل حضرت محاضرة الأمس؟ فتقول نعم وتزيد على اللفظة بأن تهز رأسك للدلالة على ذلك.

٢- **الاستعاضة والبدل**: يقوم الاتصال غير اللفظي بإشاراته ورموزه المختلفة مقام الاتصال اللفظي أي بديلاً له. فلو سألك شخص عن تصميم معين هل هو جيد أم لا؟!، فقد تكتفي برفع إبهام اليد للدلالة على أنه جيد، أو تقوم بهز رأسك من أعلى إلى الأسفل للدلالة على أنه جيد، أم العكس من الأسفل إلى الأعلى لتدل على أنه غير جيد ولم يعجبك. وهناك في الواقع الكثير من الإشارات التي نستخدمها لتقوم مقام اللفظ في حالات الفرح والسرور والغضب والحزن.

٣- **الإتمام**: يتمم الاتصال غير اللفظي هنا الاتصال اللفظي. يحدث أحياناً أن نقف عاجزين عن قول كلمة ما فنتمم جملتنا عبر استخدام إشارة، وعادة ما نستخدم أيدينا في ذلك.

٤- **التنظيم**: ينظم الاتصال غير اللفظي المحادثة وكيفية سيرها كما يعطي الفرصة في تبادل الأدوار في الحديث، وذلك من خلال خفوت نبرات الصوت في نهاية الحديث، وعند إيماءات الرأس، والإشارة باليد وغيرها من العلاقات التي من خلالها ينظم المتحادثون حديثهم.

٥- **التناقض**: تناقض أحياناً الإشارات غير اللفظية مع الرسائل اللفظية وتعطي معناً معاكساً لما يقول. مثلاً: لو سألك شخص عن حالك قائلاً كيف حالك اليوم؟ ويكون عندك مشكلة في مقرر ما أو اختبار ما وتقول له جيد أو بخير ولكنه يستشف من تعابير وجهك شيئاً مخالفاً لما تقول، ويقوم الآخرون عادة بالنظر في تعابير الوجه الآخر وإشارات جسده لمعرفة الصحيح.

٦- استقطاب الانتباه: من أجل جذب الأنظار والوصول برسائلنا اللفظية لانتباه الآخرين، نستخدم تعابير وجوهنا ونبرات أصواتنا، وحركات عيوننا بل وربما الطرق على الطاولة التي أمامنا.

والحقيقة أن حجم الصوت ونبرته وإيقاع الحديث يقوم بأدوار أخرى كثيرة في توثيق العلاقة بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي سواء أكانت علاقة إيجابية مؤيدة أم مناقضة، فصاحب الصوت الضخم، وصاحب الجسد الضخم يعطي وقاراً وحكمة للمتحدث، فإن كان حديثه جيداً زاد في مدى وقاره، وإن كان سلبياً يصدق عليه المثل الشعبي الذي يقول: "يا زينه ساكت". كما لا ننسى دور الحيز المكاني الدور المعزز أو المناقض للاتصال اللفظي.

مجالات (طرق) الاتصال غير اللفظي

سنتحدث في هذه الجزئية عن مجموعة من الطرق التي نستخدم فيها الاتصال غير اللفظي وتشمل التالي:

١- المظهر Appearance

٢- الابتسام Smile

٣- حركات الجسد وإيماءاته Body motion

٤- الفضاء Space

٥- اتصال العيون Eye contact

٦- اللغة الجانبية Para Language

٧- اللمس Touch (صويص وصويص، ٢٠٠٨؛ مطاوع، ٢٠٠٧؛ بورج، ٢٠١٠ Hall,1959; Burgoon and Bacue,2003; Burgoon and Hall,1988)

١- **المظهر Appearance** : يعد المظهر من أهم المؤثرات غير اللفظية التي تعطي عن الشخص الكثير من الرسائل دون أن يتفوه بكلمة واحدة، فتبين لنا حالته المادية، ومستواه التعليمي، وربما طبيعة عمله، وذوقه... إلخ. إنها تفضح الكثير من خبايا الشخص وأسراره، ويشمل المظهر الكثير من الأمور مثل: الملابس، وهندام الشخصية، وكذلك الشكل الخارجي للشخص. فمثلاً: عندما نرى شخصاً يلبس ثوباً قصيراً ولديه لحية كثة نعرف أنه شخص متدين أو أنه على الأقل يظهر أمام الناس كذلك، وعندما نرى شاباً يلبس الجينز وشعراً طويلاً، وربما نظارات شمسية حتى في داخل مكان مغطى فهذا يعطينا انطباعاً عن هذا الشاب بأنه صاحب تقليعات وموضة، وربما شخص يحب مسايرة العصر وتقليد الشباب الآخر حتى لو كان ذلك من مجتمعات أخرى.

سنركز هنا على نقطتين أساسيتين هما: الملابس والنظافة، فهما أكثر ما يهمنا في الحديث عن المظهر والإسلام حثنا على الاهتمام بهما كليهما وأمرنا ـ عز وجل ـ بالطهارة والنظافة دائماً " فالنظافة من الإيمان". وفي صحيح البخاري عن سلمان قال: قال رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم : "لا يغتسل رجل يوم الجمعة، ويتطهر ما استطاع من تطهر، ويدهن من دهنه أو يمس من طيب بيته، ثم يخرج فلا يفرق بين اثنين، ثم يصلي ما كتب له، ثم ينصت إذا تكلم الإمام، إلا غُفر له ما بينه وبين الجمعة الأخرى". وحثنا الإسلام أيضاً على أهمية الاعتناء بالملبس والمشرب بشكل عام قال تعالى: ﴿ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ﴾ (الأعراف: ٣١). ويقول المثل الشعبي "والبس ما يعجب الناس". دلالة على أهمية نظرة الناس وتفسيراتهم لما نلبس وبالتالي تصوراتهم عنا.

عدم الاهتمام بالنظافة يعني أننا لا نهتم بأنفسنا ونعيش في فوضى وعدم مبالاة وربما يعطي الانطباع بأننا من البخلاء ويكفي أن يقال عن الشخص أنه وسخ وقذر ليبتعد عنه كل من حوله.

أما نوعية وطبيعة الملبس فإن له دلالات متعددة تعطي انطباعات عن طبيعة الشخصية ومركزها ونفوذها، فالشخص في المجتمع المحلي عندما يكون لابساً مشلحاً مثلاً ينظر إليه على أنه شخصية مهمة وطبيعة المشلح تدل على مدى نفوذ الشخصية وسلطتها وهكذا ولعل الأمر نفسه ينطبق بشكل أكبر على المرأة حيث تتعدد أنواع ملابسها وخطوط موضاتها. (Strain and Wysong, 1978,PP.47-51).

يرى علماء الاتصال أهمية أن تلبس الشيء المناسب للمكان الذاهب إليه، فقد يكون اللبس جميلاً ومميزاً، لكن هذا لا يعني أنه يمكن أن تذهب به لأي مكان، هناك طقوس اجتماعية تحتم عليك الانتباه لها. مثلاً في المملكة لا يتوقع الناس منك أن تذهب لمكان اجتماع مهم دون أن تكون لابساً لغترة أو شماغ. إن اللبس الشاذ عن المتوقع يجعل المجتمعين ينظرون إليك بصفتك شخصاً لست منهم وهذا يعوق الاتصال (Condrill and Bough,2007, P.73).

٢- الابتسام Smile: إن الابتسامة الخفيفة تخلق جاذبية للشخص المبتسم وهي دعوة للطرف الآخر للالتقاء والحديث إذا لم تكن بينهما معرفة، والابتسام في وجه الزميل والصديق والقريب مدعاة لأن تبقى دائماً فرداً مرغوباً فيك.

ولنا ـ نحن المسلمين ـ في رسول ـ الله صلى الله عليه وسلم ـ خير أسوة. قال جرير بن عبد الله ـ رضي الله عنه ـ : ما رآني رسول الله صلى الله عليه وسلم إلا ابتسم في وجهي" وقال صلى الله عليه وسلم: "تبسمك في وجه أخيك صدقة" (رواه ابن حبّان).

٣- حركات الجسد Body motions: تشمل حركات الجسد: تعابير الوجه، وحركات الجسد والوقفة والإشارات وغيرها.، إن بعض هذه الإشارات والحركات

تكون واضحة جداً للمتلقي وبعضها قد يكون أقل من ذلك وبعض هذه الحركات قد لا تكون برغبة المتحدث، بل تكون ضد ما يخطط له مثل حالات الخجل إذ تعرف من العلامات على الوجه مثلاً ما إذا أن الشخص قد خجل من موقف ما كما نلاحظ الفرح، والغضب، والحزن، والكراهية. وتفيد بعض الدراسات الأمريكية على أن الناس تقترب من الشخصيات التي تحبها وتبتعد عن تلك التي لا تحبها.

نجد في الغرب أن حفلات الترحيب والتعارف لمجموعات كبيرة من الناس تتم في صالات كبيرة وجلسات صغيرة متناثرة مع وجود "بوفيه عام"، ويمكن للشخص الذهاب إليه وأخذ ما يحتاج من أكل وشرب. إن هدف مثل هذا التصميم وهو التقاء الغرباء وبدء التعارف الشخصي وأول خطوات التعارف تكمن في الاتصال غير اللفظي، إذ أن هناك العديد من العلامات التي يستدلون بها على مدى رغبة كل طرف في لقاء الآخر، بدءاً من حركات العيون والقرب من بعض، ثم تعابير الوجه الآخر مثل طأطأة الرأس للتحية أو الإشارة باليد، واستمرار النظر للطرف الآخر، والابتسام، فكلها حركات تساعد الطرف الآخر أن يبدي رغبته بالقبول أو الابتعاد فإذا الطرف الآخر بادله بالنظر أيضاً وعدم الإشاحة، ورد الابتسام بالابتسام، فإن الطرفين سيلتقيان للحديث وهكذا.

يقسم علماء النفس الإيماءات الجسدية إلى خمسة تصنيفات، كما يبرزها بورج هي:

الشعارات: وهي عبارة عن حركة واحدة أو عدة حركات تنشأ من أي عضو في الجسد مثل تعبيرات الوجه المختلفة أو تحريك اليدين أو الأصابع.

الإيماءات المنظمة: وهي حركات نستخدمها حسب موقعنا في الحديث وما إذا كنا نستمع أو نتحدث وهي تستخدم لتوضيح نوايانا وتأكيد كلامنا أو إبراز إنصاتنا وفهمنا مثل: الإيماءات بالرأس، والاتصال بالعين وغيره.

الإيماءات المكيفة: وهي عبارة عن عادات سلوكية تشير إلى الانفعالات التي نعيش فيها سواء أكنا نتحدث أم نستمع مثل: النقر بالأصابع، حك أجزاء من الجسم أو الشعر، العبث بشيء ما حولنا، وتكثر في مجتمعنا المحلي استخدام المسبحة والعبث بها أثناء الحديث أو الإنصات.

الإيماءات الموضحة للتأثير: ويرى يورج أنها إشارات أوضح تلعب دوراً كبيراً في إظهار الانفعالات، وذلك مثل تعابير الوجه التي يصعب على الفرد التحكم فيها وتبرز الكثير مما لا يود أحد الطرفين قوله.

ويرى بورج أن الحكم ينبغي ألا يتم من خلال إيماءة واحدة دائماً، إذ قد نحتاج إلى معرفة مجموعة إيماءات لنستطيع الحكم، فالشخص الذي يشعر بالملل قد يقوم بالنظر إلى الساعة، وربما ينفض ثوبه، ويحك شعره، ويتجنب النظر إليك وهكذا. (بورج، ٢٠١٠، ص ص٩٤- ٩٥).

٤- **اللغة الجانبية Para Language**: يقصد في اللغة الإنجليزية بكلمة Para language عناصر الصوت المرافقة للكلمات أو الحديث، أو طريقة نطقنا للكلمات، وينظر إليها منفصلة عن المضمون اللفظي. وتشمل عناصر متنوعة مثل: طبقة الصوت، وسرعته، ورنينه، وإيقاعه وغيرها من الإشارات الصوتية التي تعطي للكلمات اللفظية معانٍ مختلفة فكيفية نطق الكلمة، ومدى التأكيد على كلمة معينة في الجملة، قد يخلق معنى آخر للجملة كلها فلو قلت لك "وينك البارح؟" وضغطت بصوتي على البارح فمعنى هذا أنني أقول لك أننا فقدناك البارح، أو أنه في ليلة البارحة فاتتك أشياء مهمة، لكن لو كان تركيزي على وينك؟ فهذا يدل على أنك أخلفت موعداً مهماً حضورك فيه، أو أن أباً يعاتب ابنه على تأخره في إحدى الجلسات.

فيما يلي سوف نتحدث عن أهمية كل عنصر من العناصر الصوتية المرافقة للكلمات اللفظية:

أ) **درجة الصوت Pitch** : إن الحالة النفسية والوضع الذي تكون فيه يحدد درجة الصوت وطبقته، فلو كنت في حالة عادية، فإن طبقة صوتك تكون عادية تميل إلى الانخفاض، ولكن عندما تكون حالتك فرحة أو غاضبة تعتلي وترتفع، وعكسها عندما تكون حزيناً كئيباً فإن طبقة الصوت تنخفض.

ب) **الرنين الصوتي Resonance** : يقصد به مدى درجة ضخامة الصوت أو نحافته، فالفرد صاحب الحبال الصوتية الضخمة والصدر الكبير ينتج عنه صوتاً ضخماً عميقاً، والعكس صحيح، وتختلف الناس في درجة ضخامة الصوت بناءً على عوامل كثيرة منها الوراثية ومنها النوع، فالذكر يختلف عن الأنثى، لكن مع التدريب والصقل يمكن للإنسان أن يطور ويعدل من درجة الصوت وضخامته، كما نرى ذلك في تدرب المغنيين على سبيل المثال.

هذا ويعطى عادة الصوت الضخم انطباعاً عن أن الشخص المتحدث شخص واثق من نفسه، قوي وصلب، أما الصوت النحيف عالي النبرة فيعطي انطباعاً أنه صاحب شخصية ضعيفة، غير واثق من نفسه، ومتردد. (Mckay, Davis, and Fanning, 1995, PP63-64).

ج) **النطق Articulation** : ويقصد به كيفية نطق الكلمات والعناية بها.

د) **السرعة Tempo** : ويقصد بها السرعة التي تنطق من خلالها الكلمات ودرجة السرعة تعكس الحالة النفسية والاتجاهية للمتحدث، فالمتحدث السريع في الحديث يعكس الإثارة والقدرة على الكلام والإقناع، لكن المتحدث السريع جداً يخلق نوعاً من التوتر للمستمع وقد يعني أنه غير مستقر أو غير متأكد، وقد يعطي الحديث البطيء انطباعاً أن المتحدث غير مبالٍ وكسول، ولمستمع آخر قد يعني أنه مخلص ومفكر.

تختلف الناس في سرعة الحديث بناءً على التربية والمنطقة التي عاشوا فيها، بعض اللهجات تملي على المتحدث نطق الكلمات ببطء، كمَن يعيش في المدن الكبيرة عادة

يتحدث بسرعة نتيجة لسرعة الحياة فيها، بعكس القرى والمدن الصغيرة والأرياف حيث بطء إيقاع الحياة فيها بشكل عام.

عندما يلتقي المتحدث السريع مع البطيء، يكون الحديث مزعجاً لكليهما، فالسريع يبدأ يكمل للمتحدث البطيء كلماته لأنه يتوقف كثيراً، والبطيء يشعر بصعوبة في التقاط كلمات محدثه.

هـ) درجة الصوت Volume: من الناحية الإيجابية ينظر عادة للصوت الجهوري على أن صاحبه شخصية متحمسة وواثقة من نفسها، ومن الوجهة السلبية يربط بين جهورية الصوت والعدوانية، والأنا المتضخمة. ويرتبط أيضاً بالأوامر فأصحاب السلطة يرفعون صوتهم عادة لإعطاء الأوامر للعاملين تحتهم، بينما عكس ذلك نجد الصوت الهامس أو الخافت والذي يعطي دلالة على أن صاحبه يتلقى الأوامر وينفذها.

و) الإيقاع Rhythm: الإيقاع يُعنى بالكلمة التي سوف يتم التركيز عليها أكثر، وتغيير التركيز من كلمة لأخرى قد يغير المعنى كاملاً.

٥- الفضاء أو المسافة Space: تتكون المساحة أو المسافة من عنصرين هما المسافة الشخصية بين المتحدث والطرف الآخر، والأرض أو المكان الخاص بالمتحدث، فالحديث في مكتبك مع شخص آخر غير الإحساس عندما تكون في مكتبه. سواء أدركنا أو لم ندرك طبيعة المساحات التي نتركها تفصل بيننا وبين الآخرين إلا أنها حقيقة نوع من الاتصال غير اللفظي، ويعتمد مقدار المسافة على أشياء كثيرة منها طبيعة العلاقة بين الشخصين، فالمسافة بين صديقين ليست مثل المسافة بين غريبين. المساحة بين الرجل وزوجته غير المساحة بين الرجل وموظفة في العمل.

تختلف المساحات أيضاً، باختلاف الثقافات، فالمساحات في الحديث بين صديقين في الغرب غيرها في عالمنا العربي، إذ أن المسافة عندنا تقصر كثيراً عنها لديهم .

في نهاية الخمسينيات الميلادية قام عالم الإنثربولوجيا الشهير إدواردهول Hall بإجراء قياسات للمسافة بين المتحدثين في الثقافة الإنجلو أمريكية ووجد التالي :

المسافة	طبيعة الحديث
٣- ١٢ إنش	علاقة حميمة، أو الإفضاء بمعلومات سرية وخاصة
١٢- ٣٦ إنش	محادثة حول موضوعات شخصية
٤.٥- ٥ أقدام	تبادل معلومات غير شخصية، مثل محادثات رجال الأعمال
٥.٥ أقدام فأكثر	في الاجتماعات الكبيرة، مثل الفصول الدراسية، والمحاضرات العامة، واللقاءات العامة ومناقشاتها

المصدر (Hall,1959, PP. 184-185)

تدل دراسات أخرى على أن المجموعات الإثينية ذات الجذور الثقافية المختلفة، تختلف في طول المسافة بين المتحدثين وكيفية تفسيرها، فمثلاً نجد الأمريكيين من أصول أفريقية يفضلون مسافة أقصر من الأمريكيين البيض، حيث يرى السود أن المسافة بين الأستاذ والطالب في حدود ٢١- ٢٤ إنشاً تعد الأفضل، بينما هي للبيض أكبر وتتراوح بين ٢٦- ٢٨ إنشاً. ولعل هذا ينطبق على مجتمعاتنا العربية في أنهم يرون أهمية أن تكون المسافة قريبة.

أما فيما يخص المكان أو الأرض التي تتم فيها العملية الاتصالية Territory، فهي أيضاً تعد اتصالاً غير لفظي في حد ذاتها فالإنسان يشعر بالارتياح والثقة والسيطرة أكثر عندما يكون في المكان الذي يملكه أو يتردد عليه أكثر من المكان الذي يخص غيره أو أنه لا يعرفه ولعلنا نلاحظ مثلاً في كرة القدم أن الفريق يفوز على أرضه أكثر من فوزه في أرض منافسيه، والسبب هو الارتياح النفسي والثقة وهذا ينطبق على المتحدث عندما يكون في منطقة تخصه يكون أكثر راحة وثقة في نفسه وبالتالي في عطائه. (Strain, and Wysong,1978,PP.54-56).

٦- اتصال العيون Eye contact: قال تعالى: ﴿ أَشِحَّةً عَلَيْكُمْ فَإِذَا جَاءَ الْخَوْفُ رَأَيْتَهُمْ يَنظُرُونَ إِلَيْكَ تَدُورُ أَعْيُنُهُمْ كَالَّذِي يُغْشَى عَلَيْهِ مِنَ الْمَوْتِ ﴾ (الأحزاب: ١٩). إن سحر العيون وقوتها عُرف منذ القدم وتحدث عنها الشعراء كثيراً. قال الشاعر العربي: إن العيون التي في طرفها حور قتلننا ثم لم يحيين قتلانا، ويقول آخر: فالعين تنطق والأفواه صامتة حتى من صميم القلب تبياناً، وقال الإمام الشافعي:

مرض الحبيب فعدته فمرضت من حزني عليه

جاء الحبيب يزورني فبرئت من نظـــري إليه

ويستخدم العرب العيون كثيراً في كلامهم أيضاً وفي تعبيرهم عن الحب والرضا والطاعة، فيقول القائل "أنت في عيوني" كناية عن مدى حبه للشخص المقابل، أو "أبشر من عيوني" كناية عن الاستعداد لتنفيذ طلب الشخص. كما يكرر العامة عادة كلمات "عرفته من عيونه" للاستدلال على فهم لشيء حاول صاحبه أن يخفيه. كما يقولون: "حط عينك في عيني" للدلالة على أنك لا تستطيع عمل ذلك وأنت تكذب.

وتدل الدراسات الحديثة بأن تعابير العيون القوية والمختلفة ما هي في الواقع إلا حقيقة يمكن للشخص المقابل أن يفهم منها الكثير. وبتغيير حجم العين وحركتها تتغير حالة الشخص النفسية والمزاجية، كما تتسع العين عندما يثار الشخص أو عندما يعجب بشيء يشاهده. (Strain, and Wysong, 1978, PP.57-58)

أساسيات استخدام العيون: هناك أساسيات في استخدامك للغة العيون، ينبغي عليك إدراكها، ذلك أن الناس تهتم وتفسر الكثير من الأحداث بناءً عليها.

في أثناء اتصالك الشخصي مع شخص آخر، احرص على عدة أمور: انظر إليه بين الفينة والأخرى، ولا تشح بناظرك بعيداً عنه، ولا تحدق فيه كثيراً، واستخدم

الإشارات الأخرى المعبرة مثل طأطأة الرأس للتعبير على إنصاتك للمتحدث والاهتمام بحديثه.

تعبر المرأة في مجتمعنا عن خجلها بالنظر إلى الأرض وهذا حياء جميل لكنه عند الرجل يعتبر نوعاً من الخجل المرضي، أو عدم الثقة بالنفس، والخوف من النظر في وجه الآخرين. وتشير الدراسات إلى أن المتحدث الذي ينظر للجمهور أثناء حديثه يتفوق على المتحدث الذي يقول الشيء نفسه دون أن ينظر للجمهور وأنه أكثر منه:

- ثقة
- مصداقية
- أمانة
- محبة
- تأهيلاً

وأنه أقل منه:

- رسمية
- عصبية (www.fhsu.edu/ zhrepic,2009)

وفي الواقع فإن عدم نظرك للجمهور الذي أمامك يجعلك تفقد معرفة أمور مهمة:

- هل هم منصتون إليك ومتابعون لك؟
- هل هم يفهمون ما تقول؟
- هل يجدون صعوبة في متابعتك؟
- هل يشعرون بالملل من حديثك أو طوله؟
- هل يوافقون على كلامك؟ (بورج، ٢٠١٠، ص٩٣).

٧- اللمس **Touch**: يقوم اللمس بدور فاعل في عملية الاتصال غير اللفظي إذ يغني عن الكثير من الكلمات خاصة في جوانب العاطفة والحب خاصة بين أفراد

العائلة. إن الطفل في مسيس الحاجة لأن يقوم والده بضمه وإشعاره بحبه له، وكذلك الزوج والزوجة والصديق. كما أن اللمس مهم في حالات التعبير عن الإعجاب بفعل ما كأن تربت على كتف شخص لتحييه على الدور الذي قام به.

وتحظى ثقافتنا العربية بالكثير من اللمس يفوق كثيراً ذلك الموجود في بعض الثقافات الأخرى، خاصة الأمريكية والأوروبية حيث نجد أن الرجال نادراً ما يقومون بضم أو تقبيل بعضهم البعض بصفتهما نوعاً من الترحاب بعد طول غياب، بعكس العرب الذين يفعلون ذلك كثيراً، خاصة في مجتمعنا المحلي الذي يفعل ذلك بشكل تلقائي تقريباً عند أي مقابلة مع شخص آخر حتى لو كان يقابله أول مرة.

وطبعاً تختلف أيضاً الثقافات في مكان اللمس فما يُقبل في ثقافة قد يعد عملاً مشيناً في ثقافة أخرى فمثلاً: الإسلام يحرم ملامسة المرأة الأجنبية حتى في المصافحة العادية، لكن ذلك نجده مقبولاً جداً في ثقافات أخرى بل ترى بعض الثقافات أهمية تقبيل المرأة خاصة إذا كانت زميلة في العمل أو صديقة، وعلى النقيض من ثقافتنا ترى أنه من غير اللائق معانقة الرجل للرجل.

الوقت Time: غالباً لا يتطرق معظم باحثي الاتصال إلى الوقت بصفته عاملاً وقيمة من قيم الاتصال غير اللفظي؛ لذا فإنه لم تتم حوله دراسات كثيرة في هذا الجانب، إلا أن الواقع يشير إلى أن الوقت يعد أهم مكونات الاتصال غير اللفظي والذي يعطي الآخرين الكثير من المعلومات عنك، وسيركز المؤلف هنا على نقطتين أساسيتين هما:

أ) **الاهتمام بالوقت**: تختلف الثقافات البشرية المختلفة في تقدير أهمية الوقت، فبينما يهتم الغربيون بالوقت بشكل محدد وينتظرون من الشخص المقابل أن يحضر في الوقت المحدد تماماً عندما يكون هناك موعد وهذا ما يعبر عنه في اللغة الإنجليزية بكلمة On time، أي أن يحضر في الوقت المحدد بالضبط لا قبله ولا بعده وهي ما تشير إليه

كلمة In time إذ تشير إلى أنه جاء في وقت مناسب ومقبول سواء قبل الموعد المحدد بقليل أو بعده بقليل. والإنسان الذي لا يحضر في الموعد المحدد ويتأخر لأكثر من خمس دقائق ينظر إليه على أنه غير مهتم أو مبالٍ، ولا يلتزم بالمواعيد، وربما لا يكون جديراً بإسناد عمل إليه، أو قبول عرض يقدمه.

نجد وللأسف، في ثقافتنا العربية وبالأخص في مجتمعنا المحلي الاهتمام بالوقت ليس دقيقاً خاصة لدى العامة والأصدقاء والمعارف إذ أنهم حتى عند الموعد لا يحددون عادة دقائق محدودة ولكن يقولون "بعد صلاة الظهر، أو العصر، أو المغرب، أو العشاء" وهذا لا شك أمر مزعج خاصة في هذا العصر وكثرة مشاغل الإنسان.

ب) انتهاء وقت اللقاء: يستخدم الإنسان - عادة- النظر إلى الساعة دلالة على انتهاء الوقت للمحادثة، أو أن وقتك أزف، أو أنني في عجلة من أمري فحاول أن تنهي الموضوع.

الظهور والحضور

يقوم الناس بالحكم عليك خلال الثواني الأولى لظهورك أمامهم، سواء أكان هذا الظهور لشخص أمام شخص آخر أم مجموعة من الأشخاص لذا عليك الاهتمام بمظهرك وظهورك أمام الناس، كما يؤكد عليها العديد من علماء الاتصال (صويص وصويص، ٢٠٠٧؛ بورج، ٢٠١٠؛ Leutenberg and Liptak,2008; Pease,2004).

- اعرف نفسك والدور الذي تقوم به واعرف جمهورك الذي أمامك أيضاً.
- البس ما يناسب المناسبة لا تبالغ في البهرجة، ولا تلبس أقل مما هو متوقع فيها.
- اعرف عادات الجمهور الذي سوف تخاطبه، والبس وفقاً لذلك فليس ما هو مقبول في مدينة ما، يقبل في مدينة أخرى حتى لو تشابهت ظروف الخطبة أو الكلمة التي سوف تقدمها وموضوعها.

- تأكد أن ملابسك سوف ترسل الإشارة التي تقصد أن ترسلها للجمهور أمامك.
- البس الملابس التي توافق مع مركزك أيضاً، فإذا كنت رجل أعمال أو أستاذاً جامعياً وستخاطب مجتمعاً من رجال الأعمال أو أساتذة الجامعات، فالبس ما يتوافق مع ذلك وما يتوقع لبسه.
- ابتسم إلى جمهورك وألق التحية إن ابتسامتك الصادقة الصادرة من القلب تعطي الانطباع في أنك في حالة مزاجية ونفسية جيدة.
- ابتسم في وجه محادثك أو محدثه أينما كان ذلك مناسباً، كتأييد لرأي أحد الحضور، أو لطرفة قيلت واجعل نفسك دائماً منفتحاً للآخرين ومتقبلاً لآرائهم.
- دائماً ابق منتصباً عند وقوفك أو جلوسك حتى تشعر الآخرين بأنك واثقاً من نفسك ومعتزاً بها.
- اجعل من لغة الجسد لديك موافقة لما تقول.
- اجذب الأنظار إليك بطرق إيجابية.
- اجعل لغة الجسد تعكس الرسالة اللفظية التي تقدمها.
- حافظ على اتصال العيون دون تحديق مبالغ فيه.
- ابقَ مستعداً ومنتبهاً لا تغلق عيونك أو تتثاوب أو تنظر للساعة كثيراً.
- حافظ دائماً على مسافة معقولة بينك وبين محدثك، ومقدارها يعتمد على طبيعة العلاقة والثقافة التي ينتمي إليها الطرف الآخر.
- استخدم لغة الجسد بقصد، خاصة لتوضيح أنك تستمع للملاحظات والآراء بعناية.
- استخدم اللمس عندما تدعو الحاجة لكن اعرف حدود ذلك من حيث الثقافة، وطبيعة العلاقة، استخدم اللمس المناسب مع الغرباء وذلك ما بين معصم اليد والكوع.

يقدم ألان وباربرا بيز ALLan and Barbara Pease (2004، ص ص ٣٤٩- ٣٥١) تسعة مفاتيح ذهبية، لخلق انطباع أولي مميز عنك خاصة إذا كنت تريد عمل مقابلة وهي:

١- **في منطقة الاستقبال**: حاول أن تنزع عنك الملابس الخارجية الزائدة خاصة في أيام الشتاء مثل: الكوت، والمعطف، والشمسية، وكل شيء غير ملائم يجعلك تبدو مرتبكاً وأعطها للاستقبال إذا أمكن. ابقَ واقفاً ولا تجلس في هذه المنطقة، ضع يديك في بعضها خلفك في بطء وتحرك ذهاباً وإياباً.

٢- **عند الدخول**: إن طريقة دخولك على الشخص تعطي الانطباع الأولي في كيفية التعامل معك. ادخل دون تردد بعد أن تُعطى الضوء الأخضر، لا تقف عند الممر، ادخل بخطواتك نفسها دون تغيير في سرعتها، إذا أردت أن تعطي الانطباع عن القوة والقدرة والنفوذ والسلطة.

٣- **عند الاقتراب من الشخص المراد مقابلته**: عند دخولك حتى وإن كان الشخص المستقبل على التلفون، أو يبحث عن أشياء في درج مكتبه أو أي شيء آخر، توجه إليه مباشرة وبثقة، أنزل ما معك، وصافح يد الشخص وبسرعة اجلس، أعط انطباعاً للشخص المستقبل بأنك تعودت على أن تعامل دون انتظار، لا تعط الانطباع عنك بأنك لا تحب العمل الذي تقوم به، أو أنه ليس لديك عمل آخر من خلال المشي ببطء.

تذكر أن أصحاب النفوذ يمشون برشاقة وخفة وبخطوات متوسطة نحو الهدف.

٤- **عند المصافحة**: اجعل من راحة يدك مستقيمة ورد على ضغط الشخص المقابل عليها بالمثل اجعل الشخص الآخر يقرر متى ينهي المصافحة لا تصافح عبر المكتب ولكن خذ جانباً منه ، واستخدم اسم الشخص مرتين في الـ ١٥ثانية الأول، ولا تتحدث أكثر من ٣٠ ثانية في كل مرة.

٥- **عند الجلوس:** لا تجلس أمام الشخص المقابل وكأنك تعاقب أو تأنب، حاول ألا تجلس وجهاً لوجه أمامه وهو على مكتبه، غيِّر من جلستك أو الكرسي إذا استطعت.

٦- **عند منطقة الجلوس:** عندما تُجلس بطريقة غير رسمية، فهذا يعد أمراً إيجابياً، كما يراه ألن وباربرا ذلك أن الكثير من الطلبات (٩٥٪) ترفض من خلف المكتب. لا تجلس أبداً على مقعد أثير تغطس فيه كثيراً، إذا كان ولابد فاجلس على حافته وذلك حتى تستطيع أن تسيطر على لغة الجسد لديك ولا تبدو بأرجل عملاقة أو رأس صغير.

٧- **إيماءاتك:** إن الأشخاص أصحاب الشخصيات الهادئة والواثقة يسيطرون على إيماءاتهم وحركاتهم الجسدية، فأصحاب المراكز العليا يستخدمون إيماءات أقل من أصحاب المستويات الدنيا. إن أصحاب القوة لا يحتاجون إلى التحرك كثيراً.

٨- **المسافة:** احترم فضاء الشخص الآخر، لا تجعل الشخص المقابل يحاول أن يبتعد عنك للخلف. تختلف طبيعة المسافة من ثقافة لأخرى، فبينما من عاداتنا العربية أن نقترب أكثر من بعضنا، يبتعد الغربيون بمسافات أكبر. كما أن ذلك يعتمد على الشخص المقابل هل هو ذكر أم أنثى، وطبيعة العلاقة بين الشخصين وكذلك العمر. الأقرب سناً يقتربون من بعضهم أكثر، الرجل يقترب أكثر من المرأة، المرأة تبتعد أكثر من الرجل، الغرباء يبتعدون أكثر عن بعض.

٩- **عند الخروج:** اجمع أشياءك بهدوء ودون ارتباك، صافح إذا كان ممكناً، در، ثم اخرج، وإذا كان الباب مقفلاً عند خروجك فاقفله. تذكر أن الناس تشاهدك من الخلف عند خروجك، بعد خروجك در مرة أخرى واستقبل مودعك بوجهك مبتسماً، واجعل هذا المنظر آخر لحظة له بك.

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما الاتصال غير اللفظي؟ وماذا يمثَل في العملية الاتصالية؟

الإجابة

السؤال الثاني: ما العلاقة بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي ومثّل لذلك؟

الإجابة

السؤال الثالث: ما أهم المجالات التي يستخدم فيها الاتصال غير اللفظي؟

الإجابة

السؤال الرابع: ماذا يقصد باللغة الجانبية Paralanguage؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

التدريب (١)

اطلب من زميلك أن يتحدث (بغضب، ونرفزة) ويقول: "أنا ماني زعلان"، ماذا سمعت من كلمات؟، وكيف تفسرها؟، وماذا فهمت من التعبيرات غير اللفظية؟

التدريب (٢)

الاتصال غير اللفظي لا يتوقف، نعم بإمكانك أن تتوقف عن الحديث، عن قول كلمات، لكنك في الواقع تتصل من خلال الاتصال غير اللفظي وهو ما يدعو علماء الاتصال إلى القول: "لا يمكنك إلا أن تتصل".

عندما يسأل الأستاذ سؤالاً ويريد الإجابة عليه إذا كنت لا تعرف الجواب فإنك تحاول بكل ما أوتيت أن تبتعد عن نظر الأستاذ، تبتعد عن عمل أي شيء يلفت الانتباه إليك، لكن غالباً سيظهر عليك، سيُلاحظ الأستاذ أنك لا تعرف الجواب حتى لو رفعت يدك عالياً.

السؤال هل تعرضت لمواقف شبيهة عندما يكتشف الطرف الآخر مكنونات صدرك برغم تظاهرك عكس ذلك سواء أكنت في فصل دراسي، أم مجلس عام، أم في محكمة إلخ؟.

التدريب (٣)

اطلب من زميلك أن يظل صامتاً وألا يتكلم إليك لمدة دقيقة، وقم أنت بمراقبته، ثم اعكس الوضع وظلّ أنت صامتاً لا تتكلم إليه لمدة دقيقة وهو يرصدك الآن: ماذا حدث؟، كيف مرت الدقيقة؟، هل فعلاً ظلّ صامتاً عن كل شيء؟، أم أنه تواصل معك أو مع نفسه عن طريق الاتصال غير اللفظي؟ تبادلا حواراً في هذا المجال.

التدريب (٤)

اجعل صديقك يتحدث أمامك حول أي موضوع يرغبه، حاول ألا تسمع له، تشاغل عنه بالنظر إلى جهات مختلفة إلا هو، انظر الصحيفة التي معك، اقرأ كتاباً، انظر إلى الطريق، حك شعرك، العب في مسبحتك، بينما زميلك يواصل كلامه بعد ٥ دقائق أدخلا في نقاش ماذا كان يشعر عندما كان يتحدث؟، هل لاحظ عدم متابعتك له؟، هل شعر بالإحباط والإهانة؟، هل فكر في أن يتوقف؟، هل لو كان في وضع فعلي سيستمر في الحديث؟، ماذا سيقول؟، هل شعرت أنت أنه لاحظ عدم اهتمامك بحديثه؟، كيف كانت نظراته إليك؟، ماذا ستفعل لو أحد أصدقائك عمل ذلك معك؟.

الباب الثاني

مهارات الاتصال الأساسية

الفصل الرابع

مهارات الإصغاء

Listening Skills

- درجات الإصغاء والاستماع • الإصغاء للذات
- ماذا ينبغي أن تفعل قبل أن تشارك بالحديث؟
- العوامل التي تساعدك في تقليل حدة الخوف من الحديث • بين الحقيقة والافتراض
- العوامل المؤثرة على طبيعة الاستماع والإصغاء
- الإصغاء المطلوب • الإصغاء الكامل • معوقات الإصغاء

تمهيد

هناك العديد من الكلمات في اللغة العربية التي تدل على السمع منها السماع، والاستماع، والإنصات، والإصغاء. وكل كلمة منها لها معناها الدقيق. وفي مقالة لشحرور، ٢٠١١م (Montada. Gawthany.com) يبين الفروق بين هذه الكلمات كما ورد في القرآن الكريم. نوردها هنا بشكل مختصر:

فالسماع يعني سماع الشيء حتى لو لم يكن مقصوداً. قال تعالى: ﴿ وَإِذَا سَمِعُوا۟ ٱللَّغْوَ أَعْرَضُوا۟ عَنْهُ ﴾ (القصص: ٥٥) فالمقصود بالسماع هنا أن الشخص قد يجد نفسه يسمع شيئاً غير محبب لم يكن يقصد سماعه.

والاستماع يقصد به السمع بقصد من أجل الاستفادة. قال تعالى: ﴿ وَإِذْ صَرَفْنَآ إِلَيْكَ نَفَرًا مِّنَ ٱلْجِنِّ يَسْتَمِعُونَ ٱلْقُرْءَانَ ﴾ (الأحقاف: ٢٩).

والإنصات في اللغة هو السكوت والاستماع للحديث وقالوا هو حسن الاستماع (الزبيدي، ص٢٢٤) وهذا يعني أنه السكوت والاستماع بتفرغ. قال تعالى: ﴿ وَإِذَا قُرِئَ ٱلْقُرْءَانُ فَٱسْتَمِعُواْ لَهُۥ وَأَنصِتُواْ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴾ (الأعراف: ٢٠٤). وقال الرسول - صلى الله عليه وسلم - : "إنما جعل الإمام له ليؤتم به فإذا كبر فكبروا وإذا قرأ فأنصتوا" (صحيح مسلم).

أما الإصغاء فيقول عنه شحرور "التركيز وتفاعل القلب والمشاعر" قال تعالى: ﴿ إِن تَتُوبَآ إِلَى ٱللَّهِ فَقَدْ صَغَتْ قُلُوبُكُمَا ﴾ (التحريم: ٤)، ولعل الإصغاء هو أعلى درجات الاستماع؛ إذ يتفاعل المصغي في مشاعره مع المتحدث.. وهذا الإصغاء هو الدرجة المطلوبة من الاستماع في هذا الكتاب.

ولعل حاسة السمع أكثر الحواس استخداماً لدى البشرية جمعاء، وأثبتت بعض الدراسات الغربية أن نسبة استخدام السمع مع بقية المهارات الأخرى من قراءة، وتحدث، وكتابة تأتي في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠٪، ثم التحدث بنسبة ٣٥٪.

وتفيد الدراسات الحديثة على أن السمع هو أول عضو من أعضاء البدن في التخلق، وأن الجنين في شهره الرابع يبدأ حاسة السمع. يقول حلمي: "وتنبه الكتاب- بحق- إلى أن حاسة السمع تسبق حاسة الإبصار في النشأة والتكوين في المراحل الجنينية، وفي الأداء الوظيفي بعد الولادة، أي أنها سباقة في التركيب، سباقة في الوظيفة" (حلمي، ٢٠٠٧، ص١). كما يعد السمع من أكثر حواس الإنسان بقاءً مع تقدمه في العمر. ولعل السمع هو الأداة الرئيسة للتعلم يقول روبن شو Robinshaw: "أننا نتحدث لأننا نسمع، وإننا نتحدث عمّا نسمع" (Robinshaw,2007,P.661; Flexer, 1999) بل إن

السمع يظل يعمل حتى أثناء النوم ويرى شحرور أن السمع في الآخرة من وسائل تنعيم المؤمنين وتكريمهم، وفي الوقت نفسه من أنواع عذاب الكافرين عن طريق حرمانهم منه. قال تعالى في شأن المؤمنين: ﴿ لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَلَا تَأْثِيمًا ﴿٢٥﴾ إِلَّا قِيلًا سَلَامًا سَلَامًا ﴾ (الواقعة: ٢٥-٢٦). وقال في شأن الكفار: ﴿ لَهُمْ فِيهَا زَفِيرٌ وَهُمْ فِيهَا لَا يَسْمَعُونَ ﴾ (الأنبياء: ١٠٠).

درجات الإصغاء والاستماع

تنقسم درجات الاستماع إلى ثلاثة أقسام:

١- الإصغاء التقمصي Empathetic Listening: يقوم المستمع هنا بالتوقف عن الحكم على المتحدث بل يضع نفسه مكان المتكلم في محاولة لمشاهدة الأشياء من خلال نظرة المتحدث.

فالمستمع هنا مصغ للمتحدث لا يسمح لنفسه بانصراف انتباهه لشيء آخر. إنه مصغ بشكل واع في اللحظة الراهنة للمتحدث.

مصغ ليس فقط للكلام ولكن للغة الجسد متعاطف مع شعور المتحدث وأفكاره ممسك لأفكاره وشعوره الشخصي، وينبغي على المستمع أن يظهر وهو منصت من خلال الاتصالين اللفظي وغير اللفظي، فالاستماع ينبغي أن يكون من القلب. (Burley-Allen,1995, PP.13-14) وهذا هو أعلى درجات الاستماع.

٢- مستمع للكلمات غير مصغ بشكل فعلي

Hearing worlds, but not really listening

المستمع هنا ينصت لكلمات المتحدث دون محاولة جادة للفهم خاصة للمعاني العميقة لما يسمعه، إنه يبذل محاولات محدودة لفهم قصد المتحدث، فالمستمع هنا ينصت بمنطقية، ويهتم بالمضمون وليس بالشعور العاطفي مبتعد عن المحادثة، وطريقة الإصغاء هنا قد تقود إلى سوء فهم خطير لأن المستمع مُركّز بشكل بسيط على المحادثة.

٣- استماع اللحظة Listening in Sports: منصت بشكل أساسي لنفسه يدرك الآخرين بطريقة ما وتكون طريقة الإصغاء عنده متقطعة، لأنه يستمع للمحادثة والنقاش فقط بدرجة تساعده على التحدث، إنه استماع سلبي دون محاولة للاستجابة، بل يحاول المستمع هنا غالباً الادعاء بالإصغاء بينما هو في الواقع يفكر في أشياء أخرى، ويبني أحكاماً ويفكر في كيفية الرد أو إلقاء نصيحة أو ما الذي ينبغي عليه قوله، غالباً لديه الرغبة في الحديث وليس الاستماع.

إن معظم الناس تستمع وتنصت من خلال هذه الدرجات الثلاث على مدار اليوم ولكن الهدف الذي ينبغي علينا التمسك به هو الدرجة الأولى في كل الأوقات والأوضاع.

تختلف درجات الإصغاء للإنسان على هذه المستويات الثلاث، وذلك لظروف مكانية وفردية وموضوعية وقد يجد الكثير من الناس صعوبة في الوصول إلى الدرجة الأولى في حالات الجدال وعند التعامل مع الناس العاطفيين، وفي حالات النقد الموجه لهم وفي حالة شعورهم بالخوف أو القلق أو الغضب والبعض نجده يختلف في درجة إصغائه ما بين رؤسائه وزملائه وأهل بيته. (Burley-Allen,1995, P.13).

الإصغاء للذات

يظن الكثير أن إصغاء الإنسان يخص فقط إصغائه للآخرين وهذا غير صحيح إذ لابد للإنسان أن ينصت لذاته أيضاً، فإصغائه لذاته يجعله أكثر معرفة ووعياً بها.

إذاً على الإنسان أن ينصت لما يقول وكيف يقول الكلمات والجمل، لأنه بإصغائه لذاته يتعرف على الجمل والكلمات التي يكررها بكثرة، وهذا بالطبع يساعده في اكتشاف ذاته والدواعي التي تقف خلف تكراره لهذه الكلمات والجمل.

ماذا ينبغي أن تفعل قبل أن تشارك بالحديث؟

هناك عدة خطوات أساسية على الشخص الذي يرغب في الحديث أن يتبعها قبل بدء حديثه سواء أكان ذلك في محادثة مع زميله ، أم في مجلس عام، أم في حلقة نقاش ومن هذه الخطوات ما يلي:

١- استمع وأنصت قبل أن تتحدث: الناس في معظم الثقافات يحبذون الحديث على السمع وهذه إحدى أهم المشكلات في مهارات الاتصال إذ يجب أن يقوم الإنسان بالإصغاء بشكل صبور إلى المتحدث وفهم حديثه بشكل لا لبس فيه. يقول كوندرل وبو Condrill and Bough (2007,P.3) "المحادثة الحقيقية هي التحدث والإصغاء" وهذا يعني أن تعطي الآخر الفرصة في الحديث، وأن تصغي له بشكل جاد دون أن يترتب على ذلك أن تفكر كيف ترد عليه أو ماذا سوف تقول بعد انتهائه من حديثه، لأن ذلك معناه أن تفقد الكثير مما يتحدث عنه الشخص المقابل وربما ستسيء فهم حديثه.

عليك أن تحترم وجهة نظر الطرف الآخر سواء كنت تؤيدها أو لا تؤيدها وثق أنك فقط من خلال استماعك الجاد للشخص الآخر ستسّهل على نفسك الحديث وتقبله من الطرف الآخر حتى لو كان رأيك مخالف لرأيه. تثبت التجارب أن الاستماع الجاد الصبور يتيح أيضاً للطرف الآخر أن يعالج مشكلاته، وعليك تخيل الموقف التالي:

جاءك زميل لك كنت أعرته كتابك قبل الامتحان بليلة واحدة ليصوره لأنه أضاع كتابه وقد جاءك ليلة الامتحان يعتذر ويؤكد لك أنه أضاع كتابك أيضاً ولا يعرف موضعه. تخيل أنك قلت له كلاماً حاداً وجارحاً مثل: هذا طبعك لا تعرف أين تضع الأشياء، أنا أستاهل أن أعطي كتابي لمثلك، أنت غبي... إلخ.

دون شك سيحدث نوعاً من العراك بينكما وربما تنتهي علاقتكما للأبد، وأضف على ذلك بأنك لم تعالج مشكلتك الراهنة والمُلّحة في ضياع كتابك ليلة الامتحان.

كيف يمكن لك أن تعالج الموقف؟، وكيف يمكن لك ربما الحصول على الكتاب وتذكير الشخص بموضعه؟

طبعاً إن عملية الإصغاء الجيد، الإصغاء التفاعلي النشط Active Listening سيساعدك في الخروج من المأزق وربما العثور على الكتاب، لنتصور الحديث:

زميلك: أنا لا أعرف ماذا أقول يا خالد لكن للأسف أضعت كتابك كما أضعت كتابي، حقيقة لا أعرف أين وضعته؟، بحثت عنه في كل مكان لكن لم أجده، حاولت مع فلان وفلان على أن أحصل على كتاب من أي منهم لكنهم رفضوا إعارتي، أُصرخ في وجهي، اعمل ما بدا لك، أنا أستاهل، أنا أحمق.

خالد: لحظة يا أخي قص لي قصتك من بعد ما أخذت الكتاب من عندي ألم تقل أنك ستأخذه لمركز التصوير في الجامعة؟، ماذا حدث؟.

زميلك: نعم ذهبت لمركز التصوير في الجامعة ورفضوا تصوير الكتاب ثم ذهبت لمركز أحمد للتصوير وقال لي تعال في يوم غد وسأصوره لك في الحال فرجعت للبيت ولكن في اليوم التالي لم أجد الكتاب بحثت عنه في كل مكان.

خالد: لكن بعدما رجعت كنت في سيارتك أم في سيارة أخرى؟، وهل أنزلت الكتاب معك للبيت أم بقي في السيارة؟، حاول أن تتذكر؟.

زميلك: نعم كنت في سيارتي، يحاول أن يتذكر: لا، لا أعرف عندما نزلت من السيارة كان معي الكتاب أم لا!

خالد: هل كان الكتاب في ظرف؟، أم في حقيبتك؟، هل هو مع كتب أخرى؟، أم لوحده؟، تذكر يا صالح حاول.

زميلك: كان معي الكتاب والصحف نعم لقد أنزلت الصحف معي للبيت لكني لم أقرأها... يا الله أعتقد أن الكتاب في وسط الصحف عن إذنك يا خالد - إن شاء الله - إني أجده.

٢- فكر قبل أن تتحدث: لا تهرع إلى الكلام مباشرة دون أن تكون قد فكرت ملياً في طبيعة الحديث الذي سوف تقول؟، وعليك أن تسأل نفسك قبل الحديث: ماذا أريد أن أقول؟، وماذا أريد من المحادثة أو ما النتيجة التي أريد الوصول إليها؟، مَن هم هؤلاء الناس الذين أمامي وأريد الحديث معهم؟، ما رؤيتهم عن الموضوع؟، ما مستوياتهم التعليمية؟، ما مدى فهمهم لما سوف أقول؟، هل هناك محظورات؟.

عليك ليس فقط أن تفكر فيما تقول ولكن كيف تقول، ما طبيعة الكلمات؟، وما مستوى ودرجة الصوت؟، بل عليك أن تفكر كيف تجعل الرسالة تصل لمن تتحدث إليهم بيسر وسهولة.

لذا، أنت مطالب دائماً وقبل الحديث أن تفكر في:

- طبيعة الحديث الذي سوف تقول.
- ما الذي تريد قوله؟، وما النتائج المرجو الوصول لها؟.
- طبيعة الجمهور الذي أمامك.
- نوعية الكلمات.
- أقصر الطرق للوصول بالفكرة بشكل مباشر.
- كيف تجنب إساءة فهم وقصد ما تقول.

٣- آمن برسالتك: عندما تكون مؤمناً بما تقول فإن كلامك سيصدر من قلبك وفي الأمثال يقولون: "من القلب إلى القلب" أي إن الكلام الذي يصدر من قلب الإنسان ويكون مؤمناً به وواثقاً منه، سيصل للطرف الآخر بكل يسر وسهولة ويدخل قلبه لأن الكلام اللفظي وغير اللفظي سيتدفق بسرعة وسلاسة.

لابد أن تجعل شعورك يتدفق طبيعياً دون تصنع، ولا تحاول أبداً تزييف ذلك وإلا ستفقد مصداقيتك. (Condrill and Bough,2007,P.5).

٤- اعرف ماذا تريد قوله: قبل أن تنطق الكلمات وتخرج من فمك عليك معرفة ماذا تريد أن تقول للناس من مستمعيك.

٥- **سيطر على خوفك قبل أن تتكلم**: عندما يعتري الإنسان الخوف فإنه يبدأ برسم سيناريو قاتم سوداوي للحالة التي سوف ينتهي إليها، لإنه يفكر في المخاطر والفشل وأسوأ شيء يمكن أن يصيبه جراء حديثه؛ من ذلك اعتقاده بأنه: سوف ينسى كل شيء يريد قوله، سأرتبك، سوف يضحك عليّ الجمهور. يقول كوندرل وبو: ركز على أشياء أخرى فعلاً تهمك وتؤثر على حديثك:

- ركّز على رسالتك وليس الكلمات.
- ركّز على المستمع إليك بدلاً من التركيز على نفسك.
- ركّز على النجاح وليس الفشل.
- تصور النتيجة الإيجابية التي سوف تنتهي إليها.
- كن نفسك.
- حاول أن تأخذ نفساً عميقاً.
- هيئ نفسك للحديث واعمل ما يجب من أجله.

هذه مجرد أمثلة تساعد المتحدث في الابتعاد عن سيطرة الخوف عليه، يخاف الإنسان عادة بطبعه وتكوينه مقابلة الجمهور، ويخاف الحديث في حضرة أشخاص مهمين أو كُثُر. تزيد حالات الخوف أو تقل بناءً على متغيرات عديدة اجتماعية وتعليمية وشخصية، إضافة إلى الخبرة. يستطيع الفرد منا تخفيض حدة أثر كل عامل من هذه العوامل عندما يشب عن الطوق ويصبح متعلماً وناضجاً.

ومن أهم العوامل التي تساعد على تقليل حدة الخوف ما يلي:

أ) **القراءة المتنوعة**: اقرأ كل ما تجده تحت يديك، ابحث عن التنوع في قراءاتك، اقرأ الصحف والمجلات، اقرأ الكتب الدراسية، والكتب الثقافية العامة، اقرأ كتب الشعر والأمثال والقصص والروايات، اقرأ ما تجد نفسك ميالاً إليه وفي الوقت نفسه لا تنسَ القراءة المكثفة للموضوعات التي تتعلق بتخصصك.

إن فوائد القراءة يصعب حصرها، لكنها تساعدنا في أنها تمدنا بالثقة في النفس عند الحديث وتوجد لديك مخزوناً كبيراً من الكلمات والتعبيرات، مما يسهل تدفق الحديث وانطلاقتك في التعبير والكلام.

ب) **الاستعداد الجيد**: مهما كنت مجيداً في موضوعك وقدراتك في الحديث، فإنك بحاجة دائماً إلى الاستعداد قبل الحديث، ففي المواقف التي سوف تلقي فيها خطبة أو كلمة أمام جمهور كبير عليك أن تعمل كل استعداداتك لهذا اليوم من خلال تحديد ملامح كلمتك وخطوطها العريضة ونقاطها الرئيسة، ومن خلال معرفة الجمهور المراد الحديث إليه وخصائصه وتوقعاته ورغباته، وكذلك من خلال التعرف على المكان الذي سيتم فيه الحديث. أما إذا كان الحديث في جلسة أمام زملائك أو أسرتك أو أصدقائك فإن الاستعداد غالباً يكون من خلال النقاط التي ذكرناها آنفاً، أي التفكير في القول قبل نطقه، والتفكير في النتيجة التي تريد الوصول إليها، مع أهمية الإصغاء الجيد والفاعل لما يدور في الجلسة.

ج) **التدريب**: لابد للشخص الحريص على أن يكون خطيباً أو متحدثاً مقنعاً بأن يتدرب على الحديث في أماكن مختلفة، وأن يتدرب على نطق الكلمات والحديث في ظروف متغيرة. أي يتدرب على الحديث في النقاشات الاجتماعية، وفي الكلمات والخطب الارتجالية، وفي الأحاديث الرسمية.

على الفرد أن يتدرب على كيفية الحديث في المواقف الفجائية والمحرجة، وفي مواقف المفاوضات والمناظرات، فلكل موقف خصائصه الخاصة به.

٦- **اعرف ما تستطيع أن تعرفه عن مستمعيك**: في كل يوم نتحدث مع أفراد أسرنا، ومع زملائنا، ومع أساتذتنا، ومع أصدقائنا، لذا نحتاج أن نعرف الكثير عنهم، خاصة ما يحبون ويكرهون، رغباتهم، وتوجهاتهم، ما يغضبهم، وما يريحهم، كيف يتصرفون مع الضغط وأثناء النقد؟، وفي الحالات العاطفية؟. في الواقع إن الكثير من

المعلومات التي لدينا نجمعها عنهم من خلال معاشرتنا لهم ومن خلال آراء الناس فيهم لكن كثيراً من هذه المعلومات مبنية على الافتراض والإحساس أكثر مما تكون عن حقائق واضحة وجلية وهذه افتراضات قد تكون غير صحيحة، وبالتالي تلعب دوراً سلبياً في عملية الاتصال، بل قد تكون واحدة من عوائق الاتصال الفعال. لذا يجب أن نحرص في أن نحصل على معلومات حقيقية ونبني عليها إستراتيجياتنا أثناء الكلام وكلما كان ذلك مبنياً على حقائق، استطعنا أن نتعامل معهم بشكل فعال.

من هنا نجد أن الحديث في محاضرات جماهيرية، أو ندوات علمية، تكون المعلومات المستقاة عن الجمهور أكثر علمية ومنهجية ومبنية على حقائق ويكون المتحدث فيها أكثر حذراً من تلك التي نتعامل فيها مع أشخاص نعيش بين ظهرانيهم.

إننا لا نستطيع أن نقنع أولئك الذين يعتقدون أفكاراً معارضة لأفكارنا، وأولئك الذين يملكون رغبات مختلفة عن رغباتنا، من خلال الحديث عن أفكارنا ورغباتنا، فقد ينصرف الناس عن الاستماع بمستوى الدرجة الأولى نتيجة لاعتقاد المتحدث الذي أمامه يعتنق الأفكار نفسها التي يعتنقها. لذا ومن أجل عملية اتصال فاعلة علينا أن نستمع لرغبات الآخرين وتوجهاتهم. (Burley-Allen, 1995, PP. 150-151).

٧- **الحصول على الإصغاء المحبب**: نستطيع الحصول على الإصغاء المحبب عن طريق الإصغاء المتعاطف واستخدام الاتصال الجسدي الإيجابي. عندما نقوم بهذا الدور نستطيع أن نبني جسوراً من الثقة والاعتمادية، فالفرد يشعر بالأهمية عندما ينصت له بهذه الطريقة. كما ينبغي على المتحدث دائماً أن يغير من طبقات ودرجات صوته للحفاظ على هذا الإصغاء مع توقع رغبات وتوجهات الطرف الآخر والوصول إليه من خلاله. (Burley-Allen, 1995, P.151).

٨- **الفهم المضمون Secure understanding**: تختلف الناس في درجة فهمها فهذا من يفهم بالتلميح وذاك من يفهم وفق ضوابط محددة، وهناك من يكون فهمه بطيئاً،

وهنالك من يتعجل الفهم. لذا على المتحدث أن يستخدم اللغة المناسبة التي لا تشعر المتلقي أنها عالية عليه ولا أدنى منه. ودائماً علينا استخدام الجمل القصيرة والمصطلحات المحددة التي عادة لن يسيء أحد فهمها، وعلينا تقديم أفكارنا مرتبة وكل واحدة لوحدها مع ربط اقتراحاتنا بتجارب سابقة ناجحة. (Burly-Allen, 1995, PP. 150-151).

٩- تشجيع التغذية المرتدة (رجع الصدى) Encourage Feedback : يرى بيرلي آلن أن المستمعين يبالغون في مدى دقة فهمهم للمتحدث، وفي الوقت نفسه يبالغ المتحدث في توقعه لمدى فهم الناس له. إننا في الغالب نعتقد أننا فهمنا بشكل واضح، بينما في الحقيقة لم نفهم ما يقصده المتحدث. لذا يرى بيرلي آلن أننا إذا أردنا زيادة الفهم بين مستمعينا فإنه من المفيد أن نسأل المستمع أسئلة حول ما قيل، وعلى المتحدث أن يطالب بتغذية مرتدة من قبل مستمعيه للتأكد من دقة فهمهم لما يقول.

لتشجيع عملية رجع الصدى، على المتحدث أن يسأل عن الأفكار الجيدة، والمقترحات، وأن يتوقف من وقت لآخر ليطرح الأسئلة التي تتيح للمستمع أن يتجاوب وأن يبين مدى فهمه لما قيل، دون رجع الصدى سنبقى في الواقع غير متأكدين من مدى فهم المستمعين لما نقول بالمعنى الذي نريد.

إن النموذج الاتصالي ليس خطياً ولكنه دائرياً تنتقل المعلومة فيه من الطرف الأول إلى الطرف الثاني بشكل يتاح فيه للمتحدث تعديل الرسالة ومعرفة طبيعة رجع الصدى حولها.

فيما يلي سنقدم نماذج لأسئلة يمكن أن يطرحها المتحدث أو المستمع في حوار بين شخصين أو أكثر وهذا قد يكون حواراً عائلياً، أو حواراً بين زملاء أو أصدقاء، وهدف هذه الأسئلة إعطاء رجع صدى لتعزيز العملية الاتصالية وتحسين وضعها.

الحالة أو الموقف	طبيعة السؤال أو التجاوب
١- المتحدث يدور في حلقة مفرغة ويكرر نفسه	يمكن للمستمع هنا حتى يتخلص من هذا الموقف المزعج الذي يؤدي إلى الابتعاد عن الإصغاء. أن يقول: لعلي ألخص الموقف الذي قلته حول الموضوع إن كنت فهمت قصدك جيداً: ١، ٢.، ٣ هل هناك أشياء أو أسباب أخرى تؤثر على المشكلة أو الموقف؟
٢- المتحدث يستخدم مصطلحات غير مفهومة	يمكن للمستمع هنا أن يطرح التساؤل التالي: هل يمكن معرفة بالضبط ماذا يعني هذا المفهوم؟
٣- المتحدث يقول جملة يرى المستمع أنها معارضة لما سبق قوله	عفواً: أنت قلت كذا وكذا، والآن تقول كذا هل من توضيح لهذا التناقض؟
٤- المتحدث يود معرفة انطباع المستمع وردة فعله حول فكرة معينة ذكرها	هل تعتقد أنه يمكن تطبيق هذه الفكرة في واقعنا الاجتماعي؟.
٥- المتحدث ذكر عدة أمور لعلاج مشكلة ما ويريد التركيز على نقاط معينة	ذكرنا العديد من وسائل علاج المشكلة، لكن في رأيك ما أفضل هذه الوسائل؟
٦- المتحدث يحاول أن يوصل أمراً ما إليك ولكن لحساسية الموضوع يلمح له دون أن يذكره مباشرة وتريد أن تعرف ما وراء هذه الكلمات بشكل مباشر.	هل تريد أن تقول أنه إذا لم أوظف ابنك عندي في العمل، ستنهي علاقتنا؟

إن مثل هذه التساؤلات وعمليات رجع الصدى تساعد العملية الاتصالية لتكون أكثر بُعداً عن سوء الفهم، وتساعد المتحدث في أن يكون أكثر بُعداً عن الدفاع عن نفسه وحديثه، كما تساعد المتحدث والمستمع في أن يقوما بحل مشكلات سوء الفهم من خلال الحديث والإصغاء كل فيما يخصه، كذلك إن مثل هذه الأسئلة تساعد في سيرورة الحديث بشكل موضوعي هادف بعيداً عن الخروج عن الموضوع الرئيس للمحادثة، وتساعد المستمع على أن ينصت بشكل مُركّز وعلى الدرجة الأولى، أي درجة الإصغاء بتقمص.

بين الحقيقة والافتراض

من أحد مشكلات الاتصال في مجتمعنا العربي بشكل عام والسعودي على وجه الخصوص هو اعتبار الافتراضات حقائق وتناول أطراف الحديث من خلالها، بل والحكم على تصرفات الناس أقوالاً وأفعالاً بناءً عليها.

صحيح أننا نضطر في كثير من الأحيان عند الحديث مع شخص آخر سواء أكان من أفراد العائلة، أم صديق، أم زميل أن نعتمد على ما يصلنا من معلومات وما نشاهده من مواقف، فنقول عن فلان أنه سريع الغضب، أو كتوم، أو كذوب... إلخ، فقد بُني كثير من هذه الملاحظات على موقف واحد أو ملاحظة شخص ما فتكوّن الانطباع العام هذا لدينا. لذا علينا ألا نعتبر هذه الملاحظات العامة حقائق ونبني عليها أحاديثنا وإلا فإننا سنصل إلى طريق مسدود وتسوء علاقتنا بالآخرين.

فيما يلي بعض الأمثلة: ذهبتَ مع صديق لشراء هدية ما ولتكن زجاجة عطر، قام صديقك ودخل أكثر من محل، وفاوض في السعر بشكل ممل قبل أن يقوم بالشراء. بناءً على هذا الموقف اعتبرت صديقك هذا بخيلاً وصرت تنظر إليه كذلك. السؤال: هل هذه حقيقة؟ بالطبع لا، فربما كانت لديه ظروفاً معينة عند شراء العطر ربما لا توجد لديه نقود كافية، ربما صديقك من النوع الذي يحب التفاوض؛ لأنه لا يريد أحداً أن يغلبه في السعر، ربما لأن لديه تجربة سيئة في هذا المجال. إذاً هذه مجرد ملاحظة عابرة في موقف ما لا نستطيع من خلالها الحكم عليه بالبخل، إنك تستطيع أن تحكم عليه إذا رأيته فعلاً في مواقف كثيرة يتردد في الإنفاق في أشياء ضرورية له أو لأبنائه وفي مواقف تحتم عليه أن يشارك بالدفع. هنا تصل إلى أن صفة البخل فيه حقيقة.

انظر لموقف آخر: قام أستاذ بتدريس طلاب المرحلة الأولى الجامعية ووجد طلاب محاضراته في مستوى أقل من المتوسط، لا يؤدون الواجبات، لا يقرؤون المقرر، درجاتهم غير جيدة وبناءً على ذلك يقول: إن طلاب هذا الجيل سيؤون، كسالى،

لا يقرؤون. لاشك أن هذا تعميماً لا يليق ومبني على افتراض، إن هؤلاء الطلاب يمثلون جيلهم بأكمله وهذا دون شك افتراض غير صحيح.

وبالتالي فإن الشخص الذي يعمم بهذا الشكل سوف يفقد مصداقيته في نظر سامعيه، فماذا نقول؟، وكيف نقول؟، يعطي للآخرين تصوراً عن ماهيتنا وطبيعتنا الإنسانية.

يقدم لنا بيرلي وآلن مجموعة من الأسئلة يريان أنه ينبغي علينا طرحها حتى نستطيع أن نقلل من حجم ومقدار تعميمنا على الأشياء:

- كم مرة؟
- إلى أي درجة؟
- متى؟
- أين؟
- مقارنة بماذا؟ (Burly-Allen, 1995, P.158).

وعند العرب قديماً، عندما يختلف اثنان في تقييم شخص أو الحكم عليه، يقولون كل إنسان يقيّم الشخص الذي يقابله بناءً على موقف أو مواقف حصلت بينهما.

العوامل المؤثرة على طبيعة الاستماع والإصغاء

هناك عوامل عديدة تؤثر على نوعية ودرجة الاستماع التي نحظى بها اليوم في حياتنا بعد أن أصبحنا رجالاً أو نساءً كباراً، بعض هذه العوامل تتعلق بالتنشئة الاجتماعية، فمن دور الوالدين والأهل إلى المدرسة والأصدقاء والزملاء، وبعضها تتعلق بطبيعة الإنسان وشخصيته، وفي هذا الجزء سنتناول أهم العوامل والمؤثرات في طبيعة ودرجة الاستماع والإصغاء الخاصة بنا.

١- حياة الطفولة: يعيش الطفل في العالم العربي بشكل عام وفي بلدنا على الخصوص في بيئة لا تتيح له الحديث إلا فيما ندر. لقد تعودنا من أجدادنا وآبائنا على أن ليس من حق الطفل الحديث بين الكبار وكلنا سمع كلمات مثل التالي :

- اسكت يا ولد.
- اسمع الكلام وبس.
- ما باقي غير "الورعان" يتكلمون.
- لا تجادلني.
- "طالع في " وأنا أكلمك.

هذا الكلام يقال للطفل من الذكور ، أما الإناث فإن الأمر أسوأ من ذلك بكثير. وحتى لا نكون ظالمين لبيئتنا العربية ، فإنه حتى في معظم الدول الأخرى نجد الطفل يعامل بمثل هذه المعاملة تقريباً.

ما نتيجة مثل هذه المعاملة على الطفل؟. قد يظن الإنسان أنه ربما تساعد مثل هذه المعاملة الطفل في أن ينصت للآخرين ويسمع ما يقولون ويتعلم منهم ، لكن التجارب تثبت عكس ذلك تماماً إذ أن الطلب من الطفل أن يسكت أو "يخرص" عن الكلام ليستمع للآخرين ، تقوده إلى عصيان الأوامر ، فيرفض السمع ، بل أن السمع هنا يرتبط بحالات نفسية سيئة وتجارب مريرة فيكبر ويشب عن الطوق كارهاً لشيء اسمه الاستماع. لقد أوضحت العديد من الدراسات أن ما يتلقاه الطفل أثناء طفولته من إشارات لفظية وغير لفظية إيجابية أو سلبية أثناء محاولاته الحديث مع الكبار يؤثر عليه عند الكبر ، فمَن تلقى الإشارات الإيجابية أضحت لديه القدرة على الحديث بأفضل المستويات ، أما من عانى من الإشارات السلبية ، فإنه سيعانى في كبره من ذلك ، ويصير لا ينصت للآخرين ولا يصغي لهم جيداً إلا إذا تنبه لذلك وعالج نفسه. ولعل هذا يفسر شيئاً مما نراه من عدم الإصغاء خاصة بين النساء في مجتمعنا.

٢- اتجاهات نعم Attitudes OK: تشمل العمليات الاجتماعية ما أُطلق عليه Okness فيما يخص الذات والآخر. وقسّم برني Berne الاتجاهات فيما يخص النظرة للذات والآخر إلى أربعة أقسام هي:

- أنا Ok وأنت Ok.
- أنا Ok وأنت Not Ok.
- أنا Not Ok وأنت Ok.
- أنا Not Ok وأنت Not Ok (Burly-Allen, 1995, P.32).

ويقسم بيرلي وآلن درجات الاستماع بناءً على هذه التقسيمات الاتجاهية، فلكل اتجاه خصائصه الاستماعية التي تؤثر على تفاعله وتعاطيه مع الآخرين. ففي الاتجاه الثاني نجد أن الفرد لا يسمع إلا لنفسه ذلك لأنه يؤمن أن الآخر ليس لديه ما يفيد فلماذا أستمع إليه إنه Not Ok. وفي الواقع، نرى هذا النوع من الناس كثيراً وتظهر ملامحهم بقوة عندما يتولون إدارة عمل ما، فهم لا يأبهون بالآخرين ويرون أنهم لن يفيدوا في شيء وهم بالتالي يجعلون الآخرين يشعرون بالإحباط.

أما الاتجاه الثالث والذي يشعر فيه الشخص أنه Not Ok ، بينما الآخر Ok، فيظهر عكس صاحب الاتجاه الثاني، إذ دائماً ما يرى نفسه غير قادر على أن يتحدث وهو يستغرق وقت حديث الشخص الآخر في التفكير فيما الذي سوف يقوله، ويتردد كثيراً في الحديث خوفاً من أن مما سوف يقوله يكون غبياً أو غير مفيد. إن درجة الاستماع لديه لا تتجاوز أحد المستويين الثاني أو الثالث أي الاستماع دون إصغاء أو استماع اللحظة، ومحصلة هذا عدم الإصغاء الجيد لما يدور، وبالتالي يكون تقريع المشرفين والمدراء لهذا الشخص لعدم تنفيذه للإشارات والأوامر.

أما أصحاب الاتجاه الرابع فإنهم يميلون للعزلة والابتعاد عن الآخرين إنهم أكثر سلبية وتشاؤماً من الآخرين يرون أنه لا فائدة من الاستماع لأحد، ونادراً ما يهتمون

بما يقال إنهم يقولون إننا لا نستطيع عمل أي شيء ولن يستطيع أحد ذلك أيضاً إنهم لا يرون أحداً يستطيع حل المشكلات ويقلل من تفاقمها.

أما الاتجاه الأول Ok-Ok فإنه الاتجاه المطلوب في العملية الاتصالية وهو اتجاه مفتوح، منطقي، متفهم، عاطفي، من غير حكم مسبق على الآخرين Nonjudgmental. إنه اتجاه لا يأتي إلا أن يكون الشخص قد عاش في طفولته بين ظهراني والدين ومعلمين أو معلمات وغير ذلك ممن يمثلون نماذج في كيفية الاستماع الفاعل الذي لا يكتفي فقط بالإشارات والتعابير اللغوية، ولكن يستخدم الإشارات الجسدية غير اللفظية.

٣- المثلث الدرامي Drama Triangle: يقسم بيرلي وآلن (١٩٩٥، ص٣٤) الاتجاهات التي تأخذ وجهة Not Ok إلى ثلاثة أقسام وهي:

القسم الأول المضطهد Persecutor: وهو الذي يرى ذاته Ok، والآخر غير ذلك Not Ok. هذا النوع من الناس دائماً ما يبحث عن الخطأ، لذا يحاول أن يتجاوز العمل الصحيح إلى الأخطاء ليتوقف عندها مهما كان حجمها ويجعل ذلك حجر الزاوية.

وهذا ما نلاحظه عند بعض المشرفين والمدراء من هذا النوع الذين لا يكفون عن النقد.

القسم الثاني: المنقذون Rescuers: إنهم أناس يهتمون دائماً بإعطاء النصائح، بل هم من النوع الذي يرى أيضاً ذاته Ok، والآخرين غير ذلك Not Ok. يختلفون عن النوع الأول في أنهم يقومون بدور المنقذ لمن يحتاج في الواقع إلى إنقاذ، أو أنه لا يرغب في ذلك إنهم مركزيون في إداراتهم ويأخذون أشياء الغير على عواتقهم مما يجعلهم يتورطون في أعمال كثيرة تحتاج ساعات طويلة خارج الدوام ولو تركوها لأصحابها لكان الأداء أفضل والنتيجة أحسن، وعندما يتحدث الطرف الآخر لا ينصتون جيداً

لأنهم مشغولون بكيفية تقديم النصيحة فلا يستمعون إلى الحديث كاملاً مما يجعل نصائحهم في غير محلها.

القسم الثالث: الضحية Victim Mode: عندما يرى الفرد أن الطرف الآخر Ok، وذاته غير ذلك Not Ok، يتصرف بصفته ضحية Victim. إنه لا يستمع للطرف الآخر بشكل جيد، ولكنه دائماً ما يكون مشغولاً بحوار داخلي، لذا يتصرف بشكل دفاعي، وتأخذه عواطفه بعيداً عن الموضوعية.

الإصغاء المطلوب

ليس كل شخص صامت أمام شخص يتحدث يعني أن ذلك الشخص منصت ومصغ بشكل جيد، إن للإصغاء خطوات مهمة أجملها ماكيي وديفس وفاننج في أربع خطوات هي كالتالي:

١ – الإصغاء النشط Active Listening

يتطلب الإصغاء النشط من المستمع الاشتراك في العملية الاتصالية ليس من خلال مقاطعة المتحدث والتحدث عن قضايا وموضوعات تخص المستمع أو قضايا يعرفها مشابهة لقصة المتحدث، ولكن يشارك من خلال طرح الأسئلة المناسبة وإعطاء رجع الصدى الملائم سواء أكان ذلك من خلال الاتصالات اللفظية أم غير اللفظية، وهذا ما يجعل العملية الاتصالية تأخذ شكلها الدائري بعيداً عن الإصغاء السالب. هناك عدة طرق تجعلك تستمع وتنصت بشكل نشط:

إعادة الصياغة: هذه الطريقة تساعد المستمع في إشغال نفسه بتتبع المتحدث بشكل مستمر ودقة، ويمكن إعادة الصياغة عبر كلمات مثل: "يعني تقصد أن."، وبعبارة أخرى يمكن أن نقول "فأنت رأيت إذاً أن"، "إذاً ما حدث هو." وغير ذلك من العبارات التي تعني في النهاية أنك تعيد ما يقول المتحدث بلغتك أنت. وتفيد هذه الطريقة في

أمور كثيرة منها: تساعد نفسك في عدم التفكير في شيء آخر، وبالتالي عدم إعاقة العملية الاتصالية، كما تساعد المتحدث وتجعله يقدر للشخص الاستماع له مما يجعله يسترسل في حديثه ويبوح بما لديه. إن إعادة الصياغة تساعد أيضاً في إيقاف سوء الفهم وسوء التفسير والافتراض، وتساعد على تذكر ما يقال.

التوضيح: وهو يعني أن يحاول المستمع التعرف أكثر على الموضوع المطروق. لذا فالمستمع يطرح الأسئلة لمعرفة المزيد والتفاصيل بكل وضوح ودون سوء فهم. وهذا التوضيح دون شك يساعد المتحدث أيضاً في قول المزيد مع أريحية في ذلك لشعوره أن المستمع يبذل الجهد من أجل أن يتفهم الموضوع.

رجع الصدى: أن يقوم المستمع بإظهار مدى تفاعله مع الموضوع المطروح، كيف يرى ويحس ويشعر بالموضوع يعطي المتحدث ردّات فعله حيال ذلك، ويجب أن تكون في إطار داعم وليس بشكل سلبي محبط، حتى النقد والمعاتبة يمكن أن تكون في إطار محبب داعم وليس عدائياً.، ويكون رجع الصدى من خلال الكلمات والإشارات غير اللفظية أيضاً.

يذكر ماكي وديفس وفاننج ثلاثة أحكام لإعطاء رجع الصدى: أن يكون فورياً، وأميناً، وداعماً. بمعنى أن تكون ردة الفعل مباشرة بعد فهمك للموضوع المطروح وليس بعد ساعات، وأن يكون صادقاً وأميناً بمعنى أن تقول رأيك الحقيقي وليس رأياً مزيفاً وغير صادق، أما داعماً فهو من باب ما جاء في الأثر " انصر أخاك ظالماً أو مظلوماً" فعندما تتأكد من أن محدثك مرتكب لخطأ لابد من أن تذكر له ذلك، لكن وفق لين ورفق فبدلاً من القول: "لقد ارتكبت عملاً أحمق" أو "لقد ارتكبت خطأ جسيماً لا يغتفر" يمكن القول: "ليتك عملت كذا وكذا" أو "هناك احتمالية كبيرة في أنك ارتكبت خطأ في كذا وكذا". (Mckay, Davis, and Fanning, 1995, PP.16-17).

٢- الإصغاء بتفهم Listening with Empathy

لابد أن تدرك أننا بصفتنا بشراً نصيب ونخطئ في سبيل أن نحقق النجاح والتميز، فقد تتكالب على الإنسان الظروف بعضها لا يد له فيها، سواء من بيئة نشأ فيها، أو مشكلات ابتلي بها لذا لابد وأن نستمع للآخرين بتعاطف وأن نضع أنفسنا في مكانهم لنحس بالأمر. عندما يكون الطرف الآخر في حالة من الغضب أو يتحدث بشكل فيه تهجم ونقد جارح قد تجد صعوبة في أن تتعاطف معه، لكن حاول قدر الإمكان أن تتذكر أنه بشر وأن تسأل نفسك عن أسباب هذا الغضب وما الرغبات التي أدت إليه؟، وما الخطورة التي يعايشها هذا الإنسان؟، وما الأشياء لتي يبحث عنها؟، ربما بهذه التساؤلات ستشعر بنوع من التعاطف معه.

٣- الإصغاء بانفتاح Listening with Openness

لا يمكن للمرء أن ينصت للآخرين بانفتاح وهو يعد العدة لكيفية الرد، أو أنه يبدأ في الحكم على الحديث دون أن يسمع كامل القصة. حاول ألا تفقد سماع أي معلومة، وثق إنه إن كان رأيك خاطئ فستكون آخر من يعلم ذلك، وتذكر إن الإنسان يتعلم من أخطائه ويطور ذاته من خلال سماع آراء الآخرين وأفكارهم. وتذكر أيضاً أن بقاء الإنسان منطوياً على ذاته وفكره لا يساعده على التطور. لا تفقد الآخرين ممن يمكن أن يلعبوا أدواراً بارزة في تعزيز مسيرتك ووجاهتك الاجتماعية بسبب عدم إصغائك لآرائهم.

وجود آراء وأفكار أفضل مما لديك في موضوع معين وزمن محدد لا يعني أن أصحابها أفضل منك أو أكثر قدرة على العطاء، لذا اجعل من نفسك ذلك الشخص الذي يبحث عن الحقيقة ويأخذها حتى "من أفواه المجانين"، نعم يمكن لشخص تزدريه أو ترى أنه أقل منك في كل شيء أن يفاجئك بأفكار ورؤى أفضل من أفكارك ورؤاك في موضوع محدد.

٤ – استمع مع الوعي Listening with Awareness

لكي تستطيع أن تسمع بوعي لاحظ أولاً إلى أي درجة هناك تناغم بين الاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي للمتحدث، هل يحدثك عن خسائر مالية فادحة وقع بها خلال هذا الأسبوع وكل علامات الاتصال غير اللفظي تشير إلى ابتسامة عريضة، وانبساط في التعابير على وجهه ومن خلال تصرفاته؟. هنا دون شك تعارض بين ما يدعيه حول خسائره وبين حالته النفسية والمزاجية.

فالرسالة التي وصلتك مزدوجة ومتناقضة ولابد لك حتى تفهم الرسالة وتصل إليك بشكل صحيح أن تستفسر وتتأكد من المتحدث.

الاستماع الواعي يعني أيضاً أن تقارن ما يقال لك مع معلوماتك والحقائق الموجودة لديك حول الموضوع قارن دون أن تحكم وتتخذ قراراً ولكن لتتأكد، ويمكن عن طريق طرح السؤال والتوضيح وإعادة الصياغة أن تفهم بشكل أوضح. (Mckay, Davis, and Fanning, 1995, P. 19).

الإصغاء الكامل

يقدم ماكي وديفس وفاننج نقاطاً ست للإصغاء الكامل وهي:

١- حافظ على الاتصال عن طريق العين بشكل جيد مع محدثك.

٢- احن نفسك قليلاً للأمام نحو المتحدث.

٣- ادعم المتحدث عن طريق إعادة صياغة ما يقول، وعن طريق استخدام الإشارات غير اللفظية مثل هزة الرأس نحو الأعلى والأسفل.

٤- استوضح مما تسمع عن طريق السؤال.

٥- ابتعد عن كل ما يُلهي.

٦- ابق منصتاً حتى عندما تكون في حالة غضب وذلك حتى تستطيع أن تفهم.
(Mckay, Davis, and Fanning, 1995, P. 19).

ويضيف ليوتنبرج ولبتاك Leutenberg and Liptak بعض النقاط الأخرى مثل :

١- لا تكمل للطرف الآخر جملة ، أي لا تستعجل حديثه وتكمله له.

٢- اقض وقتاً أطول في الإصغاء بدلاً من الحديث.

٣- خطط لردك بعد انتهاء الطرف الآخر من الكلام وليس أثناءه.

٤- لا تقاطع المتحدث. (Leutenberg and Liptak,2008,P.32) .

معوقات الإصغاء
Blocks to Listening

سنقدم فيما يلي مجموعة من معوقات الإصغاء والاستماع الفعّال التي نمارسها يومياً أثناء استماعنا للآخرين وهي معوقات علينا التنبه لها ومحاولة التدرب على الابتعاد عنها بالتأكيد ، نحن نختلف في قدرتنا على الإصغاء للآخرين وبالتالي مدى وجود كل هذه المعوقات أو بعضها لدينا (Davis,Paleg, and Fanning,2004,PP.13-14; Leutenberg and Liptak,2008,P.33) :

١- المقارنة Comparing : من الصعوبة بمكان أن تصغي وأنت تقارن نفسك بالشخص المتحدث كأن تقارن بين تحصيلك العلمي وتحصيله ، أو ما حققته من نجاح بما حققه هو ، أو مقارنة قدراته المختلفة بقدراتك.

٢- قراءة فكر الآخر Mind Reading : عندما تركز اهتمامك وتصب تفكيرك فيما تعتقد أنه يقصده من كلامه سواء عن طريق شعورك الداخلي ، أو افتراضك الشخصي ، أو تخمينك بدلاً من الإصغاء فعلياً لما يقول ومحاولة فهمه. مثال : عندما تطلب زوجة من زوجها الذهاب معها للسوق لشراء بعض احتياجات المنزل ويعتذر

الزوج بأنه مضطر للخروج لمقابلة شخص ارتبط معه بموعد مسبق فتقنع نفسها بأنه فقط يتحجج بذلك وأنها متأكدة بأن قصده معاقبتها، لأنه غاضب منها لتصرف عملته في وقت سابق.

٣- مشغول بالتفكير في الرد Rehearsing: يقصد به أن المستمع يحاول عقلياً تخطيط كيف يرد على كلام المتحدث بينما ما زال الشخص الآخر يتحدث. وهذا عمل دون شك يعوق سماعك للطرف الآخر، فالمفترض أن تنصت جيداً بينما الشخص الآخر يتحدث، ثم بعد أن ينتهي من الكلام ترتب أفكارك وتتحدث.

٤- الإصغاء لبعض ما يقول المتحدث Filtering: يحدث هذا عندما يتعمد المستمع الإصغاء لما يريد وتجنب استماع ما لا يرغب فيه أو لا يحب أن يسمعه.

٥- الحكم المسبق Judging: يحدث عندما تعتمد على تصور مسبق لديك حول الشخص، بأنه لا يستحق أن تنصت إليه لسبب ما، كأن تعتقد أنه غبي أو مجنون أو كذاب، وأنت تسمع هنا فقط لتؤكد رأيك عنه.

٦- السرحان Daydreaming: يقصد به أنه أثناء استماعك للطرف الآخر تسرح بفكرك حول أشياء أو أحداث أخرى.

٧- التماثل في الموقف Identifying: يقصد به عندما يتحدث الشخص المقابل عن موضوع ما أو تجربة حدثت له، فيجد المستمع أنها تشابه تجربة حصلت له، وبدلاً من الإصغاء حتى يخلص المتحدث ليقوم بالحديث عن تجربته يقاطع المتحدث ويبدأ في سرد قصته.

٨- إسداء النصيحة Advising: يحدث عندما يقفز الشخص لإسداء النصيحة مباشرة بعد انتهاء الشخص من حديثه أو حتى قبل أن ينتهي، وهذا يدل على أنك لست مستمعاً ولكنك ناصحاً.

٩- الاعتراض وإبداء الرأي المخالف Sparring : ويقصد به أن المستمع لا يكمل إصغائه لكل حديث الشخص الآخر، ولكنه يبدأ يقاطعه عندما يشعر بأنه يخالفه الرأي دون الإصغاء الفعلي لما سيقوله الشخص ومبررات ذلك بل ربما الاستهزاء بالرأي وتسفيهه.

١٠- التأكيد على صحة ما قمت به Being Right : وهذا يحدث عندما يصر المستمع على صحة رأيه أو قراره عن طريق المقاطعة والحديث بصوت عالٍ أو تحريف الحقائق أو لوي أعناقها، أو تغيير الموضوع، أو الاستئذان بالخروج.

١١- الخروج عن الخط Derailing : عندما يقوم المستمع بمحاولة تغيير دفة الحديث أو قول طرفة وذلك للخروج من حديث الشخص لأنه ممل أو لا يحب سماعه. على سبيل المثال: عندما يحاول الأب الحديث عن الوضع الدراسي لابنه، يغير الابن الحديث لموضوع آخر، أو يلقي طُرفه.

١٢- الاسترضاء Placating : هنا يحاول المستمع أن يظهر بصورة الإنسان اللطيف والمهذب، فيقوم بالموافقة على كل شيء يقوله الطرف الآخر دون الاستماع الحقيقي لما يقوله الطرف الآخر.

١٣- الالتهاء بأشياء أخرى Distractions : ويحدث عندما ينقسم تركيزنا بين المتحدث وأشياء أخرى داخلية أو خارجية، مثل أن يكون المستمع جائعاً أو قلقاً أو متألماً بصداع أو غيره، أو ملتهياً جزئياً بأشياء خارجية كاستراق السمع لحديث جانبي يحدث بجانبه.

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: تحدث عن درجات الاستماع الثلاث؟

السؤال الثاني: ما أهمية الإنصات والإصغاء للذات وللآخرين في العملية الاتصالية؟

السؤال الثالث: ما العوامل المساعدة على تقليل حدة الخوف قبل التحدث؟

الإجابة

السؤال الرابع: ما العوامل المؤثرة على طبيعة الاستماع والإصغاء لدى الإنسان؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

التدريب (١)

لتتعرف على قدراتك في السمع الجاد الفعال اختر صديقاً لك ممن ترتاح إليه واطلب منه محادثتك في أمر ما واطلب منه متابعتك وملاحظة استماعك وإصغائك. بعد انتهاء حديثه حاول أن تلخص ما دار من حديث. بعد أداء هذا الاختصار سيتضح لك درجة إصغائك وستتعرف على مشاكل الاستماع عندك فإذا لم تستطع أن تلخص ما دار فلا شك أن لديك مشكلة ما في الإصغاء.

إن التدريب بوجود شخص معك يفيد في تحسين فعالية عملية الإصغاء عندك ولا باس من أن تبدأ من خلال الإصغاء لأحاديث عبر آلة تسجيل لتختبر بشكل أولي مقدرتك على الإصغاء وتحسينها.

جرّب أن تركز في إحدى المحاضرات منذ بدايتها حتى نهايتها، أنصت وأصغ للأستاذ وللطلاب أثناء حديثهم، اجعل استماعك إيجابياً وليس سلبياً، ثم حاول أن تلخص ما دار في المحاضرة، ستعرف الفرق!!.

التدريب (٢)

ما نقاط القوة لديك في الإصغاء؟

التدريب (٣)

ما أهم نقاط الضعف لديك في الإصغاء؟

التدريب (٤)

حاول أن تجرّب كيفية تعزيز مهارات الإصغاء لديك عن طريق القيام بالمهارات التالية: رجع الصدى، التوضيح، الإصغاء بانفتاح وذلك بأن تطلب من زميل لك أن يتحدث عن مشكلة لديه.

التدريب (٥)

ما أهم معوقات الإصغاء لديك من خلال ما قرأت من قائمة معوقات الإصغاء؟، وكيف يمكنك التخلص منها؟

الفصل الخامس

مهارات القراءة

Reading Skills

تمهيد

من المهارات الأساسية والتي لا تقل عن المهارات الأخرى مثل: الاستماع، والكتابة، والحديث، والاتصال غير اللفظي، مهارة القراءة بل أن مهارة القراءة تأتي في الدرجة الثانية من حيث الأهمية بعد السماع في الاتصال الإنساني.

فالقراءة هي أساس العلم وهو ما أُمرت به هذه الأمة لقد نزلت أول أية على رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم ـ مخاطبة إياه بالقراءة قال تعالى: ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴾ (العلق، ١). والقراءة لا غنى عنها لأي إنسان فكما هو الأكل والشرب والتنفس هي القراءة أيضاً خاصة في هذا الزمن زمن العلم والمعرفة. وإذا كانت القراءة

مطلباً ضرورياً من مطالب الحياة فإن مهارة القراءة تعد مطلباً جوهرياً لا انفكاك منه فنحن نعيش في عصر المعلومات إذ نتلقى في الدقيقة الواحدة مئات الآلاف من المعلومات التي ترد إلينا من كل حدب وصوب وهذا يتطلب منا أن نحسن الخيار فيما نقرأ أولاً، ثم نقرأ بسرعة حتى نستطيع أن نواكب ما يصلنا.

والقراءة كما هي مطلب أساس لكل إنسان، فهي دون شك مطلب دونه لا يستطيع الطالب النجاح وتحقيق أهدافه في الوصول إلى مبتغاه.

إستراتيجيات القراءة

حتى تستطيع أن تمارس القراءة بشكل صحيح، فلابد من إتباع إستراتيجيات محددة؛ ذلك أن قراءة الكتب بمجالاتها المختلفة، والصحف والمجلات والمقالات العلمية، وكذلك القراءة الدراسية، تختلف عن القراءة الترفيهية، وعن القراءات العامة، كما أن درجة صعوبة المادة تختلف من كتاب أو مقالة لأخرى. فلو افترضنا أنك تريد شراء كتاب، أو إعارته من المكتبة أو حتى تصوير مقالة علمية من مجلة، فلابد من قيامك بالإطلاع المبدئي الذي من خلاله تحدد ما إذا كان الكتاب مناسباً للشراء أو الإعارة وتخصيص جزء من وقتك لقراءته أم لا، وما إذا كانت المقالة تستحق أن تصور أو لا. يقدم موقع Mind tools على الإنترنت مجموعة من إستراتيجيات القراءة وهي:

١- **الإستراتيجية الأولى: معرفة ماذا تريد أن تعرف**: لابد هنا أن تسأل نفسك لماذا أريد قراءة هذا النص؟، هل هناك أهداف دراسية؟، أم قراءة لتحقيق هدف علمي آخر؟، أم أنها مجرد قراءة تثقيفية؟، أم قراءة للتسلية والترفية؟، بعد أن تعرف السبب، يمكن لك عمل التالي:

- **قراءة محتويات الكتاب**: هذا يعطيك تصوراً عاماً لفصول الكتاب وما إذا كانت هناك فصول معينة تحقق أهدافك.

- **قراءة المقدمة**: إن قراءة المقدمة تتيح لك معرفة توجه الكتاب وأهدافه، ولمن هو موجه.
- **قراءة مقدمات الفصول وملخصاتها**: تعطيك دلالات واضحة عن الفصول وبنائها.

بعد ذلك اسأل نفسك عن هذا الكتاب هل يستحق أن تشتريه أو تستعيره، أو أن تقوم بتصوير أجزاء منه؟، وهل هو كتاب مثالي لتحقيق أهدافك أم أنه أقل من ذلك؟، أم أكثر؟.

٢- الإستراتيجية الثانية: إلى أي درجة وعمق تحتاج قراءة النص: لابد أن تحدد مدى عمق القراءة التي تحتاج هنا، فإذا كنت فقط تريد إطلاعاً ثقافياً سطحياً للموضوع بإمكانك أن تقرأ مقدمات الفصول وملخصاتها والإطلاع بسرعة على بعض عناوين الفصول الفرعية، أما إذا كنت تريد الإطلاع المتوسط فعليك أن تقرأ مقدمات الفصول وملخصاتها بعناية شديدة، كما عليك أن تقرأ بسرعة العناوين الفرعية وبعض المصطلحات والمفاهيم الواردة في الفصل وأن تطّلع بسرعة على مضمون الفصل كما يمكنك الإطلاع على الجداول والرسوم والتحقق منها.

٣- الإستراتيجية الثالثة: القراءة النشطة: تعني القراءة النشطة أو الفاعلة أن تقرأ بالتفصيل، مع العمل على تدوين الملاحظات من خلال الهوامش والتظليل ووضع خطوط تحت المفاهيم والمعلومات التي ترى أهميتها وربما الحاجة لإعادة قراءتها فيما بعد، خصوصاً في المذاكرة للامتحان. وهذه الخطوط أو التظليل ووضع الهوامش تساعد في استذكار ما تمت قراءته عند الرجوع إلى النص مرة أخرى. كما أن القيام بهذه العملية في حد ذاتها تساعد القارئ على التركيز أثناء القراءة والبعد عن السرحان.

٤- الإستراتيجية الرابعة: قراءة النصوص وفقاً لطبيعة أوعيتها: لا شك أن قراءة الكتاب تختلف جذرياً عن قراءة المجلة، وقراءة الصحيفة، بل إن قراءة الكتاب في حد

ذاتها تختلف باختلاف هدفك من القراءة، وباختلاف طبيعة الكتاب، فالكتاب المحرر والمكتوب عن طريق عدة مؤلفين غير الكتاب الذي قام بتأليفه شخص واحد.

إستراتيجيات قراءة الصحف والمجلات

يجب أن نوضح هنا أن قراءة النصوص الإعلامية تختلف عن غيرها، فالصحف والمجلات تكتب بطريقة القصة الهرمية حيث يتم التركيز على أساس الخبر في البداية ثم تتلوها التفاصيل، وهي في الغالب تفاصيل غير كاملة ومعلومات تركز على الحالية والوضع الراهن دون ربط كبير بالمسببات أو بالتأريخية الخاصة بالقصة أو الخبر، فوسائل الإعلام يهمها تقديم المعلومات الآنية وبسرعة ودون الخوض كثيراً في خلفيات الخبر (Mind Tools,2009). لذا، نقدم هنا بعض الإستراتيجيات في قراءة بعض هذه الوسائل:

- **المجلات**: في حالة المجلات اعمل التالي، اقرأ بداية محتويات المجلة، ثم اختر الموضوعات التي تناسبك، ولا تخدعك العناوين، لأن القائمين على وسائل الإعلام يحاولون جذب أكبر قدر ممكن من القراء، لذلك يستخدمون العناوين البراقة التي ربما لا تعكس محتوى الخبر أو أنها تقدمه بشكل عكسي.
  - اقرأ مقدمة القصة أو الموضوع وبعد ذلك قرر ما إذا كنت تريد أن تقرأ كل الموضوع أم تكتفي بذلك لأن ما تبقى عادة هو تفاصيل القصة.
- **الصحف**: تختلف الصحف في العالم العربي عنها في الدول الأوروبية والأمريكية، ففي تلك الدول الغربية تتكون الصحيفة من عدة ملاحق وهي ملاحق متخصصة في السياسة، والاقتصاد، والاجتماعيات، والرياضة... إلخ. لذا يجد القارئ السهولة في اختيار ما يناسبه من هذه الملاحق ليبدأ الاطلاع عليه عن طريق محتوياته التي عادة تكتب أيضاً في أعلى الملحق، ثم بعد ذلك تصفح الموضوعات المناسبة

وفق الطريقة السابقة. أما صحفنا المحلية وكذلك العربية فنجد فيها في بعض الأحيان بعض الملاحق، خاصة الملاحق الاقتصادية، والرياضية، لكن غير ذلك نجده متناثراً في الصحيفة في صفحات محددة مثل: الصفحة الأولى وهي للأخبار السياسية الهامة، صفحة أو أكثر للأخبار المحلية وهكذا توزع الصفحات حسب طبيعة الصحيفة فنجد صفحات اقتصادية، وفنية، ورياضية، وعالمية... إلخ.

بشكل عام يمكن القول أن طبيعة المواد في كل من الصحيفة والمجلة تتكون من:

- **الأخبار**: وعادة تكون أهميتها في المقدمة بعد ذلك ندخل تفاصيل الخبر وكلما تابعنا القراءة، قلّت أهمية النص المكتوب؛ لأنه يُعنى بتفاصيل الحدث.
- **مقالات الرأي**: وهي عادة مقالات يكتبها كتاب متخصصون في زوايا غالباً ما تكون ثابتة سواء أكانت أسبوعية، أم يومية، وأفضل طريقة لقراءتها: ابدأ من المقدمة ففيها صلب الموضوع، ثم اقفز إلى نهاية المقالة؛ لأن فيها خلاصة الرسالة. بقية النص في وسط المقالة عبارة عن أدلة، وبراهين، وحجج لما سبق قوله في المقدمة.
- **مقالات القصص والتحقيقات**: تكتب من أجل الترفيه والتسلية، أو من أجل توضيح خلفيات موضوعات معينة يدور حولها الجدل والنقاش، هنا نجد أن النص المهم يكون في صلب المادة كلها.
- **القراءة الناقدة**: في القراءة الناقدة وحتى لا تنقاد مع مؤلف النص، فتقر ما كتب دون التنبه لما تم حذفه من تفاصيل مهمة، وذكر تفاصيل غير مهمة، عليك قبل أن تقرأ أن تحدد وتصنف برؤوس أقلام ما الذي ينبغي أن تقرأ في النص؟، وما الأشياء الضروري ذكرها؟، وما الأشياء التي ربما غير مهمة؟. تستطيع وفق هذه الطريقة التعرف على حيادية الكاتب من عدمها وقدرته على تجميع خيوط الموضوع وتغطيته بشكل كامل أم لا (Mind Tools,2009).

القراءة السريعة

لمحة تاريخية: يذكر مكي (Mckee 2006) أن القراءة السريعة في واقع الأمر ليست ظاهرة جديدة، ولكنها قديمة حيث إنها تعود إلى منتصف القرن السابع عشر الميلادي. كان دي ماركو ماجيليابيشي de Marco Magliabechi يذهل المشاهدين بقراءته السريعة لمجلدات من الأدبيات. لقد كان ذلك لغزاً للناس حتى استطاع طبيب العيون الفرنسي ايميل جافال Emile Javal في عام ١٨٧٨م أن يكتشف أن العيون تتحرك وفق وثبات صغيرة متسلسلة وأن المخ لا يتعرف ولا يعالج الكلمات إلا بعد الوقفات التي تتم بعد الوثبات. لقد اكتشف جافال أن العيون تتوقف ثلاث إلى أربع مرات خلال قراءة السطر الواحد وهذا بالتالي يعني أن العين لا تقرأ حرفاً حرفاً وليس كلمة كلمة، ولكن مجموعة من الكلمات، مما يعني أنه لو استطعنا عند كل وقفة من هذه الوقفات زيادة المساحة البصرية لتأخذ في الحسبان مجموعة أكبر من الكلمات لاستطعنا تزويد سرعتنا القرائية. (Mckee, 2006,p.46) .

ويؤكد مكي على أن هناك حدثين مهمين أسهما في تطوير سرعة القراءة لتصبح بالصورة التي نعرفها اليوم. جاء الحدث الأول عن طريق القوات الجوية الأمريكية، أما الحدث الثاني فهو العمل الذي قامت به ايفلن وود Evelyn Wood . فالقوات الجوية الأمريكية طورت عن طريق باحثيها النفسيين والذي قاد إلى اكتشاف أننا نستطيع أن نعزز من قوة وحدة الإبصار لدرجة أننا نستطيع أن نتعرف على أربع كلمات في الوقت نفسه في مدة١ / ٥٠٠٠ من الثانية.

حاولت وود كثيراً - والتي كانت معلمة مدرسية مهتمة بتطوير الأداء في القراءة والتعليم بشكل عام - تطوير سرعتها القرائية مراراً وبعد عناء وإحباط اكتشفت بالصدفة أن استخدام يدها على سطح الكتاب يؤدي إلى انتباه عينيها. ومن ذلك الوقت أصبحت طريقة خطوة اليد الركيزة الأساسية للمعلمة في القراءة السريعة والتي فيما

بعد أضحت الفتح الأعظم في عملية تعليم القراءة السريعة للناس مع فهم وإدراك أكبر.

إستراتيجيات ومهارات القراءة السريعة

من خلال إطلاعنا على اللمحة التاريخية التي قدمها مكي ، يتضح لنا أن مهارات القراءة السريعة تركز على مهارات وإستراتيجيات ثلاث وهي :

١- تدريب العين على استيعاب كلمات أكثر عند كل وقفة للعين. ويهدف هذا التمرين إلى توسيع المجال البصري.

٢- التدرب على تقصير وقت كل وقفة لأننا نستطيع أن نحصل على الشيء ذاته في خلال ١/٥٠٠ من الثانية.

٣- التدرب على استخدام أداة متابعة لتقود العين بسلاسة عبر النص المقروء.

طريقة SQR3 للقراءة

تعد طريقة SQR3 من الطرق المهمة التي تساعدك على فهم واستدراك ما تقرأ. و SQR3 تمثل الحروف الأولى من الكلمات الإنجليزية الخمسة التالية :

- Survey وتعني المسح والتصفح للمادة المراد قراءتها.
- Question ويقصد بها طرح التساؤلات أثناء التصفح.
- Read وهي قراءة المادة موزعة حسب عناوينها.
- Recite السرد أو التسميع لما تمت قراءته.
- Review المراجعة بعد الانتهاء من كامل المادة المقروءة.

تتمثل هذه الطريقة في التالي :

المسح أو التصفح Survey : وتعني النظرة العامة التمهيدية التي تعطيك نظرة استطلاعية للمادة التي تريد قراءتها قبل أن تقوم في الواقع بالقراءة الحقيقية لها. عند عملية المسح أو التصفح تقوم بالتالي:

- اقرأ العناوين الرئيسة والفرعية
- اقرأ التعليقات تحت الرسوم والصور
- اقرأ القوائم والأسئلة في نهاية الفصل.
- اقرأ بدايات الفصول وبدايات جمل الافتتاحية.
- اقرأ الملخصات في نهاية الفصل المعني بالقراءة.

الهدف من التصفح هنا ليس القراءة، ولكن الإطلاع السريع على المادة، والإلمام بتكوينها، وتستغرق هذه العملية عادة دقائق محدودة.

التساؤل Question : هنا تقوم بتحويل العناوين الرئيسة ، وكذلك الفرعية إلى أسئلة كما حاول أن تقرأ الأسئلة الموجودة في نهاية الفصل إذا كانت هناك أسئلة، واسأل نفسك: ماذا تعرف عن هذا الموضوع؟، وماذا تتوقع أن تستفيد من قراءته؟!

فيما يلي نقدم أمثلة على بعض العناوين وتحويلها إلى أسئلة:

عناوين	أسئلة
أنواع الاستماع	ما أنواع الاستماع؟
أولاً: الاستماع الذاتي	ما الاستماع الذاتي؟ كيف يتم الاستماع الذاتي؟ لماذا نستمع ذاتياً؟

القراءة Reading : المقصود بـ R الأول هنا هو قراءة ما ورد تحت العنوان الأول والتوقف قبل البدء في العنوان التالي. أثناء القراءة حاول الإجابة على سؤالك الذي

وضعته لهذا العنوان في المرحلة الثانية من هذه الطريقة Q. لذا، ينبغي أن تتوقف عن القراءة في حالة انتهائك من العنوان الأول. ثم بعد إجابتك على التساؤلات التي وضعتها، توجه للعنوان التالي وهكذا حتى تنهي جميع ما حددته سالفاً.

تتيح لك القراءة بهذه الكيفية التركيز في قراءتك، كما تعطيك سبباً واضحاً للقراءة.

السرد Recite: تفيد هنا R الثانية، تلاوة أو قراءة الإجابة على سؤالك الذي وضعته أساساً للعنوان، أي أنك تسمع لنفسك الإجابة التي حصلت عليها من خلال قراءتك لما كتب تحت ذلك العنوان، اقرأ الإجابة بصوت مرتفع حتى تشعر أنك حصلت على تجربة. إذا لم تستطع أن تسمّع الإجابة، ارجع مرة أخرى واقرأ ما ورد تحت العنوان مرة ثانية.

المراجعة Review: يقصد بـ R الثالثة، مراجعة ما قرأت كاملاً وهذا لا يعني أن تقرأ كل ما ورد تحت العناوين ولكن مجرد مراجعة تحاول فيها الإجابة على جميع التساؤلات التي طرحتها، إذا لم تتذكر الإجابة على سؤال ما، راجع المادة التي تتعلق به.(www.studygs.net/text,2009; Wiener and Bazerman, 2006,PP.240-254)

كيفية دراسة كتب المقررات الدراسية
Text Books

ما سبق هو للقراءة العامة، أما عندما يكون لديك قراءة للدراسة والامتحان، فإن هناك المزيد من الخطوات الإضافية التي ينبغي أن تستخدمها سنوجزها في التالي:

- لا تكتف بتحويل العنوان إلى سؤال، بل ارجع لنهاية الفصل أيضاً ولاحظ إن كان هناك أسئلة أخرى تتعلق بالعنوان نفسه حتى لو بعد انتهاء قراءة العنوان.
- لا تكتف بطرح الأسئلة عن كل عنوان، ولكن أيضاً اكتبها في دفتر أو كراسة المراجعة لديك.

- عند القراءة حاول أن تظلل أو تضع خطاً تحت الكلمات والجمل المهمة، حتى يمكن لك الرجوع إليها عند المراجعة. لا تسرف في الخطوط وعمليات التظليل فقط اختر المهمة جداً.
- عند سرد الإجابات شفهياً حاول أن تكتب ملخصاً عن هذه الإجابات يمكن لك الرجوع إليه فيما بعد.
- تَذكّر أن أفضل طريقة للتذكر هو استخدام حواس أكثر، كلما استخدمت مزيداً من الحواس استطعت أن تحتفظ بالمعلومة وتتذكرها بشكل أكبر. تكمن القوة التعليمية الثلاثية في المشاهدة، والكلام، والسماع، وللقوة الرباعية يضاف إليها الكتابة.
- في اليوم التالي وقبل المحاضرة حاول أن تتذكر ما سمعته من الأستاذ في المحاضرة السابقة، وراجع وتصفح ما قرأته في اليوم السابق، وركز أكثر على الكلمات والجمل المهمة المظللة وكذلك راجع ملخصات الإجابات على الأسئلة.

الأدوات البصرية المساعدة
Visual Aids

لا تعني القراءة قراءة الكلمات والجمل والفقرات النصية فقط، ولكنها تشمل أيضاً الأدوات البصرية المساعدة من صور، ورسوم، وجداول إحصائية، ورسوم بيانية وجداول الكلمات... إلخ. تقوم هذه الأدوات البصرية بالمساعدة في فهم النص أو تفسيره، أو دعمه، بل في بعض الأحيان تقوم الكلمات بالمساعدة فقط في فهم المنظر البصري كما نلاحظ مثلاً في كتالوجات بعض الآلات والأدوات الكهربائية أو السيارات.

فيما يلي سنقوم بشرح بعض المهارات الخاصة بكل أداة من هذه الأدوات، لأن كل منها له مهاراته الخاصة التي ينبغي الاهتمام بها.

الصور Pictures : كي تستطيع أن تفهم الصورة التي أمامك في النص، لابد من معرفة ماهية الصورة، وعلاقتها بالنص، وهل هي صورة حديثة مأخوذة مثلاً من اجتماع للتو عقد؟، أم أنها صورة أرشيفية؟، وما علاقتها بالنص المكتوب؟، وما المعلومات التي يضيفها التعليق على الصورة؟، وهل هناك شيء مفقود في التعليق؟، وكيف لي شرح ذلك؟، ولماذا أضيفت الصورة للنص المكتوب؟، وماذا تخبرني به الصورة عن الحالة والسلوك للشخصيات أو الأشياء المصورة؟.



الرسم التوضيحي Diagram : المقصود به هنا الرسوم التوضيحية التي تصف أجزاء شيء معين. عادة ما نلاحظ هذا في "الأدلة" الخاصة بالسيارات وبالآلات الكهربائية مثلاً. نجد أن الكلمات تساعد على فهم الصورة وتوضح مكوناتها. في الصورة التالية مكونات تلفون محمول، تقوم الكلمات بتوضيح أبعاد الصورة والمكونات.



www.laselki.net,2011

الجداول الإحصائية: عندما تقرأ بحثاً كمياً فإنك ستجد العديد من الجداول الإحصائية التي ترافقها نصوص شارحة ومفسرة لها وموضحة أبعادها، ويقوم فهم هذه الجداول عادة على فهم المغزى الإحصائي ولكن بشكل عام، يمكن لك فهم الجدول الإحصائي من خلال الرجوع إلى العنوان، ثم قراءة الأرقام في الجدول ومقارنتها ببعضها لمعرفة الفروق بينها وربط ذلك بالنص المكتوب. لاحظ أن الباحث لا يشرح كامل الجدول، ولكنه ربما يشرح بعض أجزائه ويترك لك بقية الجدول للتأمل فيه.

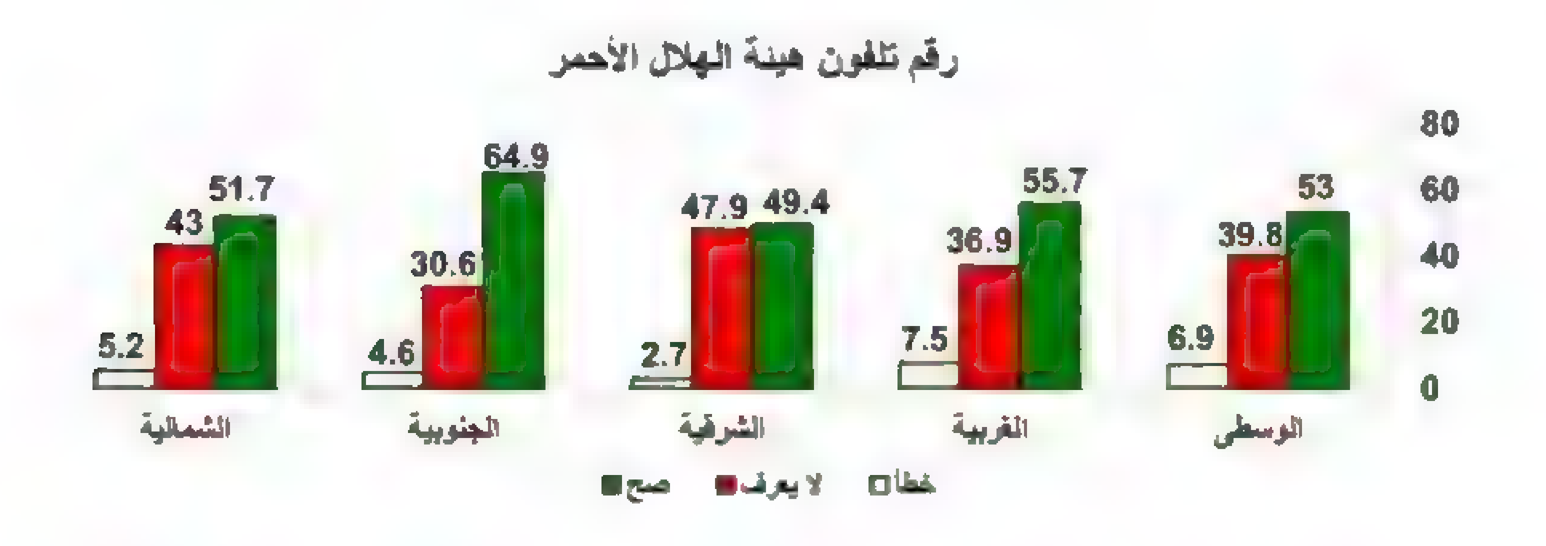
نجد هذه الجداول الإحصائية أيضاً في التقارير السنوية، وتقارير الإنجاز، وفي كشوف الدرجات والمرتبات وغيرها.

نسب استخدام الفيس بوك

مرات الاستخدام	المنطقة				
	الوسطى	الغربية	الشرقية	الجنوبية	الشمالية
أكثر من مرة في اليوم	٢٥,٦	٣٥,٧	٣٠,٢	٢٤,٧	٣٨,٥
مرة واحدة في اليوم	١٧,٩	٨,٦	٢٤,٠	١٨,٢	٢٣,٠
مرتان في الأسبوع	٥,٠	٨,٦	١٤,٠	٥,١	٣ ٣
مرة في الأسبوع	٥,٣	٦,٨	٣,١	٤,٨	٣,٨
أقل من ذلك	١١,٣	١٣,٦	٥,٨	٥,١	٨ ٠
لا أستخدمها	٣٤,٩	٢٣,١	٢٢,٩	٤١,٧	٢٣,٥

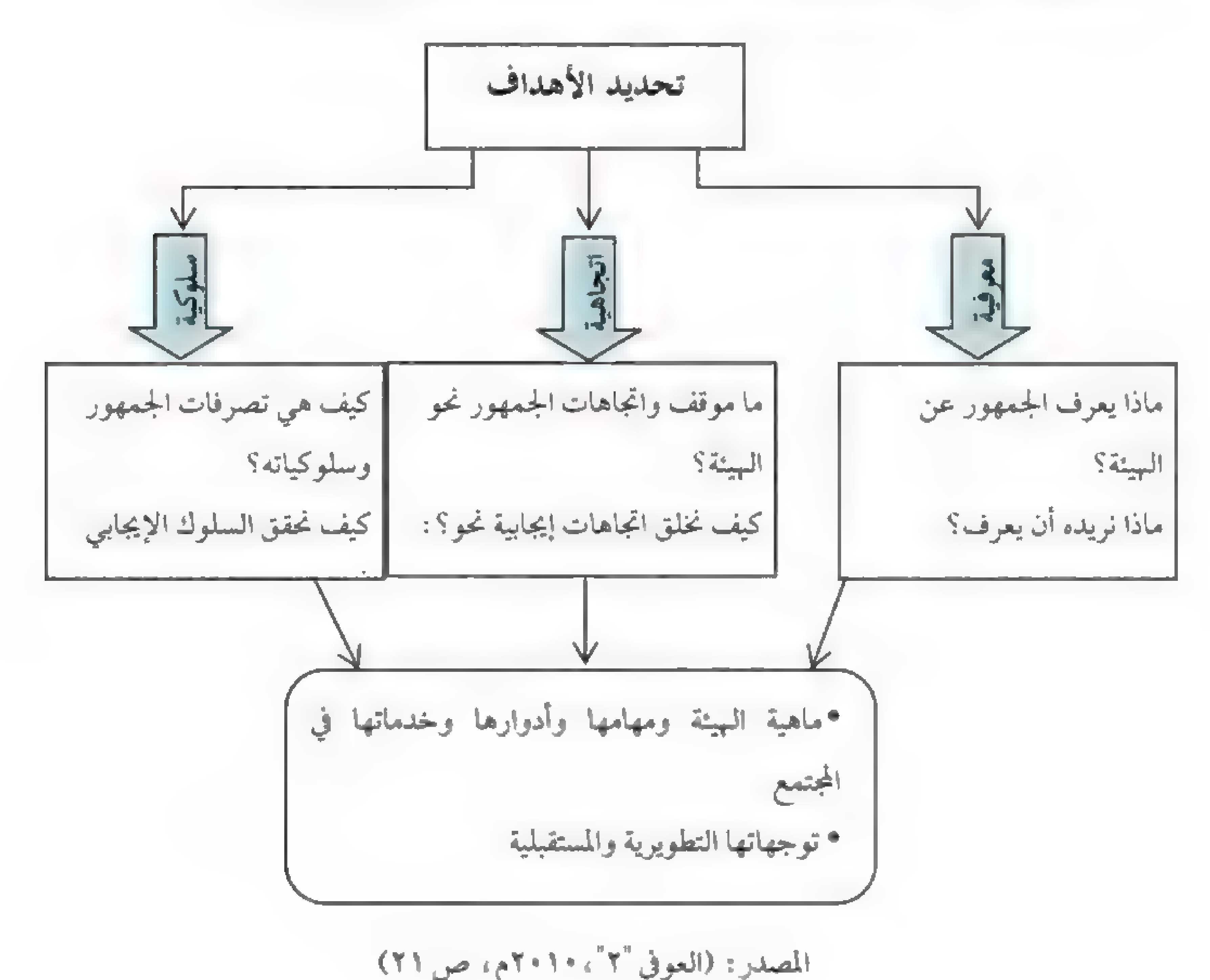
المصدر: (العوفي "١"، ٢٠١٠م، ص ١٠٠)

الرسوم البيانية Graphs: تقوم الرسوم البيانية بتوضيح الإحصاءات بصرياً، بحيث يسهل على القارئ المقارنة ومعرفة الفروق بين المتغيرات أو الحالات تحت الدراسة، وتتكون عادة من عدة أشكال مثل الأعمدة والخطوط والدوائر. ولفهم هذه الرسوم، على القارئ أن يقرأ العناوين، وأن يفهم الشرح الخاص بالرسم ومعنى الألوان، وكذلك الأرقام والنسب في العمودين الأفقي والرأسي في حالة أن الرسم غير دائري.



المصدر: (العوفي "١"، ٢٠١٠م، ص ٨٣)

جداول النصوص والرسوم التخطيطية Word charts : يقوم الكاتب في بعض الأحيان باختصار صفحات طويلة من النص الكتابي عبر تصميم جدول معلومات يشرح فيه الموضوع بشكل أسهل وأكثر كثافة، خاصة عندما يكون الموضوع معقداً.



المصدر: (العوفي "٢"، ٢٠١٠م، ص ٢١)

المفاتيح الستة للتعلم السريع وتعزيز الذاكرة

يقدم لنا وينر وبازرمان (Wiener, and Bazerman, 2006, PP.343-347)، خطوات ست تتيح لنا التعلم بسرعة كما تفيدنا في تعزيز ذاكرتنا، وسمياها المفاتيح الستة وهي:

١- النظر للصورة بشكل عام أولاً Big Picture: يقصدان بذلك أنه قبل الشروع في قراءة الشيء المراد قراءته، يكون الإطلاع بشكل سريع وبصورة عامة وفقاً لما يأتي:

فإذا كان كتاباً، ينبغي النظر أولاً إلى صفحات المحتوى والإطلاع على مكونات الكتاب من فصول مختلفة، ثم قراءة المقدمة، ويمكن بعد ذلك الإطلاع بسرعة أيضاً على الفصول المستهدفة من خلال قراءة: العناوين الرئيسة، والعناوين الفرعية، ومقدمة الفصل، وملخصه إن وجد، والصور والرسوم والتعليقات عليها. أما إذا كان الشيء المراد قراءته عبارة عن بحث، أو تقرير، أو مقالة فينبغي المرور بسرعة على العناوين، والملخصات، والصور والرسوم والتعليقات المكتوبة عليها.

يرى الباحثان أن هذه الطريقة (المفتاح الأول) تساعد القارئ على فهم واستيعاب الموضوع والاحتفاظ به بشكل أكبر ولمدة زمنية أطول.

٢- تخفيف السرعة في القراءة والحديث مع النفس Slow down: بينما لا بأس من القراءة السريعة في الأمور غير المعقدة والموضوعات السيارة، ينبغي التمهل عند القراءة في الموضوعات الصعبة وذات التحدي الخاص، لأن هذه القراءة تساعد على فهمها واستيعابها بشكل أكبر.

وهناك ثلاثة اختلافات بين القراءة الدراسية الجيدة والسيئة:

- الدارس الجيد ينطق بما يقرأ سواء أكان سراً أم جهراً، ويقرأ بتمهل، ويستمع لكل كلمة يقرأها.
- القارئ الجيد يتوقف عن مواصلة القراءة ويعيد قراءة ما لم يفهمه.
- القارئ الجيد يتفاعل مع ما يقرأ ويفكر حوله.

٣- تدرب على تعزيز الذاكرة Memory Enhansing: إن تقنية وفن تقوية الذاكرة Mnemonics، تعتمد على تحويل المعلومات الجديدة إلى صيغ يمكن تذكرها بسهولة. وتستخدم هذه الطريقة عدة تقنيات تساعد على تذكر الكلمات والمصطلحات الجديدة وخاصة المعقدة منها. من هذه التقنيات وضع كل حرف من الكلمة أو المصطلح الجديد

في أول حرف من كل كلمة في جملة محددة لا يمكن نسيانها، أو أن نقوم باختراع منظر بصري يجعل الكلمة أو المصطلح غير المعروف يعني شيئاً لنا.

يرى الباحثان أنه فيما كان ينظر إلى هذه الطريقة من قبل بعض الباحثين على أنها مجرد وسيلة تحايل، أصبح الباحثون يقرون بأهمية فن تقنية الذاكرة Mnemonics، وإنها تساعد على مضاعفة ما يمكن الاحتفاظ به في الذاكرة، كما يؤكد المؤلفان على أن فن تقنية الذاكرة هذه تساعد التحول من الذاكرة القصيرة Short-term إلى الذاكرة البعيدة Long-term، والتي سوف نقوم بشرحها لاحقاً.

٤- نظم الحقائق في تصنيفات محددة Organize Facts: أثبتت التجارب المعملية أن تصنيف الكلمات المراد حفظها وتذكرها على فئات، يساعد على حفظها وتذكرها بما يزيد عن الضعف فلو أردت أن تتذكر أسماء، أو أحداثاً تاريخية، أو غير ذلك، فعليك أن تصنفها تاريخياً، أو موضوعياً، أو نوعياً، على سبيل المثال: لو أردت أن تتذكر أسماء أساتذتك في الجامعة فعليك مثلاً تصنيفهم إلى أساتذة قسم الإعلام، أساتذة قسم اللغة العربية، أساتذة قسم اللغة الإنجليزية، بل ويمكن تقسيمهم بناءً على درجاتهم العلمية فمثلاً: الأستاذ الدكتور، الأستاذ المشارك، الأستاذ المساعد، المحاضر.

٥- ركز عملية انتباهك Focus Your attention: عندما تواجه بمعلومات جديدة تريد إتقانها عليك بسؤال نفسك: ماذا أريد أن أتعلم من قراءة هذه المقالة أو الكتاب؟، وكيف أستطيع أن استفيد منه؟. هذه الطريقة ـ كما يذكر المؤلفان ـ تساعد على تقليل مقاومتك للقراءة والتعلم. ويقترح بعض علماء النفس طرق أخرى تساعد على تحسين التركيز في القراءة وهي:

- حدد وقتاً ومكاناً للقراءة والمذاكرة. ابعد الجوال والتلفون واقفل الباب على نفسك، ونظم البيئة من حواليك لتخلق توقعاً بأن التعلم سيحدث.

- ابتعد عن الملهيات واحمي نفسك منها.
- حاول استخدام طرق عدة للتعلم والدراسة مثل: تظليل الكلمات والجمل المهمة، كتابة التلخيص.
- راقب تطورك توقف على فترات واسأل نفسك، هل أنا في طريقي لتحقيق أهدافي في التعليم المستهدف؟ إذا كانت الإجابة نعم، واصل دراستك، إذا لا، اسأل نفسك عن السبب؟! إذا كان بسبب التعب فخذ راحة وابتعد عن القراءة قليلاً.

٦- اكتشف أسلوبك الخاص في التعلم Discover your own learning style: لكل إنسان طريقته وأسلوبه الخاص في التعلم والتذكر بشكل أفضل إذ أن هناك عوامل كثيرة تؤثر على نشوء وتكون أساليبنا منذ نشأتنا وحتى نصبح كباراً، بعضها يتعلق بالبيئة التي نشأنا فيها ، وبعضها يتعلق بطريقة تربيتنا، وبعضها بقدراتنا الشخصية، وعاداتنا وتقاليدنا التي نتبعها. ينبغي التعرف على الوقت المناسب للقراءة لدينا والذي نحس فيه بقدرتنا على التركيز والتذكر: هل هو في ساعات الصباح الأولى بعد صلاة الفجر مباشرة؟، أم في منتصف النهار؟، أم في أول الليل أم آخره؟، وهل نفضل القراءة والتركيز في بيئة صامتة؟، أم في بيئة تتعالى فيها الأصوات من حولنا؟، وهل نحب أن نقرأ بصمت أم بصوت واضح؟، وهل نركز أكثر مع تخطيط الجمل والكلمات وتظليلها؟، أم مع أخذ هوامش؟. إن اكتشاف الطريقة المثلى لك تساعدك في التعلم بشكل أفضل وأسرع.

مهارة القراءة الناقدة
Critical Reading

ليس من المفيد في شيء، أن يقوم الإنسان بقراءة أي شيء يقابله، أو يقوم بشراء أي كتاب يجده، خاصة عند تجواله في معارض الكتب. فليس كل شيء مكتوب حتى

وإن قام مؤلفه بطباعته وبيعه في المكتبات معنى ذلك أنه كتاب جدير بالقراءة وتصديقه وتضييع الوقت فيه، خاصة عند اقتناء الكتب لدينا، حيث نفتقد وجود الناشرين المميزين الذين يمكن الوثوق بما ينشرون كما هو الحال لدى الغرب، فمعظم الكتب لدينا تنشر عن طريق المؤلف نفسه أو عن طريق منافذ تجارية بحتة، كما هو الحال على الإنترنت أيضاً ، فليس كل ما ينشر ويبث من خلالها يمكن تصديقه أو إتباعه. وكما أنه يمكن اعتبار الوعاء كله سيئاً وغير جدير بالقراءة وهذا أمر يسهل اكتشافه، إلا أننا يجب أن ندرك أنه في بعض الأحيان نجد وعاءً يخلط بين الغث والسمين، أو كما يقال يدس السم في العسل لذا، فإعمال العقل فيما نقرأ مهارة يجب استمرارها دائماً مع القارئ ليكتشف من خلالها الحقائق والآراء، الصحيح والخطأ، المُسلّم به والمشكوك فيه، عالي المصداقية وفاقدها.

فيما يلي سنقدم بعض المهارات الأساسية سواء أكان ذلك في اختيار وعاء القراءة أم في تقييم النص أثناء القراءة:

١- **تحديد هدفك من القراءة:** قبل أن تبدأ البحث عن وعاء للقراءة، عليك أن تحدد أهدافك من القراءة. ماذا تريد أن تقرأ؟، وماذا ستحقق لك هذه القراءة؟، وهل هي قراءة لتعزيز معرفتك في مجال معين؟، أم أنها قراءة تثقيفية عامة؟، وهل هي قراءة لكتابة بحث علمي، أو تقرير؟، أم هي قراءة للتعرف على موضوع بشكل أوسع للإجابة على تساؤلات لديك؟. (www.aldowifen.com,P.81,2010).

إن تحديد أهداف القراءة لديك تساعدك في تحديد الأوعية التي ينبغي أن تبحث عنها بحسب أهميتها وأولويتها. فمثلاً: إذا كنت تبحث عن مراجع لبحث أو تقرير تريد كتابته لمقرر في الجامعة، فإنك لا ترجع للكتب أولاً، ولكنك تبحث في المجلات العلمية المحكمة لأنها مصدر العلم والمعرفة البحثية الأكاديمية والتي عادة ما تمر فيها قضايا النشر بعدة طرق علمية، حيث لا يستطيع الفرد أن ينشر أي كلام يكتبه إذ يمر بحثه بعمليات مراجعة من خلال تحكيم مختصين في العلم المكتوب فيه، ينقحون البحث ويطالبون

الباحث بالتعديل وفق أسس علمية منهجية، وربما يرفضون البحث لعدم كفاءته. وتأتي الأطروحات العلمية من رسائل الدكتوراه، والماجستير كأوعية نشر مهمة في هذا المجال إذ تمر أيضاً بالإشراف العلمي والتحكيم من قبل مناقشين مختصين، بعد ذلك تأتي أوعية النشر الأخرى، لكن هذا لا يعني أن تقرأ دون أن تفحص وتنقد، فقد يكون البحث قديماً وتغيرت المعلومات، أو تكون المجلة ذات توجهات معينة، أو أن للباحث تحيزات معينة في بعض أجزاء البحث.

أما إذا كان هدفك الإطلاع الثقافي العام، فقد تبدأ بالكتب، والمجلات غير المحكمة وهنا عليك التركيز بشكل أكبر، فربما أن ناشر الكتاب هو المؤلف نفسه، وهنا فإنه ربما كتب كتابه دون أن يطلع عليه شخص آخر ليحكمه، أو أنه كتب كتابه لأهداف خاصة غير علمية، وبالتالي فإنه كتب كتابه بناءً على آرائه الخاصة وهذا أيضاً ما نراه كثيراً على صفحات الإنترنت.

٢- حدد أهمية المصدر أو المرجعية بين يديك: لتحديد أهمية المادة بين يديك وذلك قبل شرائها، أو استعارتها، عليك بالتالي:

أ) هل هناك مؤلف واضح للمادة؟ في بعض الأحايين تجد المادة دون اسم مصدر واضح وهذا يعني أن المادة مشكوك فيها لعدة أسباب منها:

- أنك لا تستطيع تقييم الكاتب من حيث مصداقيته، وخبرته في الموضوع، ودرجة الثقة التي يمكن أن يمنح إياها.
- أنه لا يوجد شخص يمكن الإيعاز إليه بتحمل المسؤولية.

ب) هل مصدر المادة أو مرجعيتها معروفة؟ في بعض الأحيان يوجد اسم الكاتب لكن ربما لا تُعرف معلومات كافية عنه لا من حيث مصداقيته ولا خبرته.، لكن يمكن الوثوق في المرجعية التي يعود إليها الكتاب أو البحث المنشور، فمثلاً لو لم تعرف معلومات كافية عن الباحث، لكنه نشر بحثه في مجلة علمية معروفة تابعة لجامعة

معروفة، فعندها يمكن أن تثق بهذا المصدر بشكل عام دون إغفالك – طبعاً – للخطوات الناقدة الأخرى وهذا ينطبق أيضاً على مصادر الأخبار، فخبر منشور في موقع تابع للعربية مثلاً، أو CNN، أو BBC، غير خبر منشور في مدونة أو موقع شخصي لشخص لا تعرف عنه الكثير.

ج) هل خبرة المؤلف أو الكاتب أو العالم معروفة في المجال الذي يتحدث فيه؟، وهل مصداقيته وموثوقيته عالية؟. فمثلاً: فتوى صادرة من عالم إسلامي معروف بمصداقيته وموثوقيته لاشك أن لها وزناً حتى لو صدرت من موقع خاص به، ولو أن هذا العالم عضو في هيئة كبار العلماء في المملكة، فإن درجة المصداقية ووزن ما يقول تزيد، وهكذا. (Wiener, and Bazerman, (1), 2006, PP. 307-311) .

٣- **حدد طبيعة المحتوى**: لتحديد طبيعة المحتوى وأهميته عليك أن تسال نفسك عدة أسئلة مثل: هل معلومات المؤلف دقيقة؟، وهل يقدم المؤلف أدلة وشواهد كافية لتثبت وتدعم آراؤه وأطروحاته؟، وهل يأخذ المؤلف في الحسبان الآراء والأدلة ووجهات النظر الأخرى؟.

إن المادة الجيدة هي تلك التي تكون أطروحاتها دقيقة وواضحة، وتكون أدلتها وشواهدها مقننة، وإنها ليس فقط آراء مطروحة دون سند لها يبررها ويثبتها في العالم الواقعي.

كما ينبغي عليك أيضاً أن تُقيّم كيفية تفكير المؤلف، وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة التي تقيس مدى منطقية الكاتب ومدى ثباته في آرائه، وأيضاً تقيس مدى تحيزه لموقفه من عدمه، وهل يعرض الآراء الأخرى ويعطيها حقها من النقاش ويقنعك بوجهة نظره دون قفز أو تجاهل؟ (Wiener, and Bazerman, (1), 2006, PP. 307-311) .

لاشك في أن القارئ المتمرس يستطيع أن يحدد دقة المؤلف وعلميته من خلال التصفح والإطلاع السريع فكل ما ذُكر أعلاه يمكن معرفته من خلال الإطلاع على ما

يلي: إذا كان المُؤلَف كتاباً، فينبغي النظر إلى اسم المؤلف وسيرته الذاتية إن وجدت أو إلى خبرته الشخصية إذا كان معروفاً، كما يمكن النظر إلى مصدر الناشر وهل هو مركز علمي معروف، أو جامعة معروفة، أم أن الناشر هو المؤلف نفسه؟. يمكن تصفح محتويات الكتاب ومعرفة فصوله أيضاً، ثم الإطلاع على المقدمة، وعلى مقدمات الفصول وقراءة ملخصاتها، وكذلك الإطلاع على المراجع التي رجع إليها المؤلف وهل هي حديثة؟، وما طبيعتها؟، وهل هي أبحاث علمية؟، وهل هي لمؤلفين معروفين في التخصص الذي يدور حوله الكتاب؟.

أما إذا كان المُؤلَف مقالة أو فصلاً في كتاب، أو تقريراً، فيمكن الرجوع إلى اسم الكتاب أو الباحث، والمصدر الذي ظهرت فيه هذه المادة، وكذلك الإطلاع على المقدمة، والأفكار الرئيسة، والملخصات، والجداول، والرسوم البيانية، والمراجع، وكيفية جمع البيانات، وتقييمها، كما تم الحديث عنه.

أما إذا كان الموضوع من على الشبكة فينبغي التأكد من مصدر المادة المكتوبة وهل هو معلوم أم غير معلوم؟، وهل الموقع معروف أم غير معروف؟، وهل يتبع جهة مشبوهة أم لا؟ والإطلاع على الآراء الموجودة حول المادة إن وجدت، بالإضافة إلى إعمال العوامل الأخرى التي سبق ذكرها.

بعد اقتنائك للمادة وبدء القراءة فيها عليك بالإضافة إلى ما سبق الحديث عنه، القيام بالخطوات التالية:

- **مهارة التركيز والتفكير الناقد:** وهي تعني أن القارئ يجب ألا يترك نفسه فريسة سهلة لآراء وأفكار الكاتب، يقرأ وفي الوقت نفسه يحاور الكاتب، هل هذه الفكرة دقيقة وسليمة أم أنها مبينة على خطأ؟، وهل أقنعك بفكرته من خلال الشواهد والأدلة المنطقية وإلا مجرد آراء عاطفية يحاول أن يبثها في ثنايا مؤلفه ليوقعك في الاقتناع بأفكاره؟.

- **مهارة التفريق بين الرأي والحقيقة:** قد يبدو الأمر سهلاً لأول وهلة، ولكن التفريق بينهما في بعض الأحايين لا يجيده إلا الشخص المتمرس صاحب القراءة الواعية. فلو نظرنا لأول وهلة على سبيل المثال لكثير من دعاوى المتطرفين في البلاد الإسلامية لوجدناها تعتمد على الكتاب الكريم، والسنة المطهرة، وفتاوى كبار العلماء المسلمين من القدماء والمحدثين إذ أن هؤلاء المتطرفين يعرفون قيمة هذه المصادر الإسلامية وإن الناس لا تخالفها متى ما رجع إليها الكاتب أو المؤلف لكن نجد هؤلاء المتطرفين يستخدمون هذه الأدلة والآراء والفتاوى في غير مواقعها ويذيلون أو يرئسون بها أقوالهم فيوهمون القارئ غير الناقد بأنهم يستندون في آرائهم على الكتاب والسنة المطهرة وأقوال كبار العلماء وهم في الواقع فسروا هذه النصوص ولووا أعناقها بما يريدون إثباته. لذا من المهم جداً للقارئ الواعي الناقد أن ينظر إلى الأدلة والشواهد أمامه وكيفية استخدامها، وهل هناك تعسف في تأويلها؟، أم أنها فعلاً نصوص واضحة دلالاتها وأنه تم استخدامها في نطاقها الصحيح؟!.

في البحوث العلمية الكمية يمكن للباحث أن يستخدم آراءه فقط في جزئية المناقشة والتي تتم عادة بعد عرض النتائج، وهنا يمكن للباحث أن يعرض نتائجه على الدراسات والنظريات السابقة ويبين مدى اتفاقه واختلافه معها وأسباب ذلك أما غير ذلك فيجب أن يتم بطريقة علمية موضوعية بعيدة عن الرأي الشخصي للمؤلف.

في المقالات والكتابات في الصحف وغيرها مما لا يمكن إطلاق كلمة بحث علمي عليه، يعتمد الكاتب عادة على آرائه الشخصية في طرح موضوعات معينة ولا بأس بذلك لكن على القارئ الواعي الناقد ألا يأخذ هذه الآراء بصفتها مسلمات وحقائق وله إمعان تفكيره وإصدار حكمه بالموافقة أو الاعتراض، وذلك بناءً على تجارب القارئ ومعارفه واستنتاجاته وحكمه على منطق وأدلة وعرض الباحث لوجهة نظره.

(Wiener, and Bazerman, (1), 2006, PP.307-311; www.aldowifen. Com /P.81).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما إستراتيجيات القراءة؟

الإجابة
١.
٢.
٣.

السؤال الثاني: ما طريقة SQR3؟

الإجابة

السؤال الثالث: كيف تدرس كتاباً مقرراً عليك في أحد المقررات؟

الإجابة
١.
٢.
٣.

السؤال الرابع: ما المفاتيح الستة للتعلم السريع وتعزيز الذاكرة؟

الإجابة
.١
.٢
.٣
.٤
.٥
.٦

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

حاول أن تقرأ مقالات صحفية متنوعة من خلال ما تعلمته في هذا الفصل ودون أن تقضي في قراءتها وقتاً طويلاً أو أن تقرأ كل مقال كاملاً ثم اطلب من زميلك أن يسألك عن أهم النقاط التي تتحدث عنها هذه المقالات؟ هل استطعت أن تجيب على أسئلته؟ هل فعلاً استوعبت المقالات بسرعة دون أن تقرأ كل مقال كاملاً؟ إذا لم تنجح في الإجابة على بعض الأسئلة حاول أن تعرف هل زميلك سألك عن تفاصيل غير مهمة؟ أم أنك لم تقرأ بشكل صحيح؟.

تدريب (٢)

اذهب لإحدى المكتبات وقبل شراء مجموعة كتب ترغب قراءتها في موضوعات معينة قم بتطبيق ما درسته هنا لتحديد مدى أهمية الكتاب من عدمه ثم بين كيف كانت التجربة؟، هل استطعت أن تحدد مدى أهمية الكتاب؟، هل عدلت عن شراء بعض الكتب نتيجة لهذه الطريقة؟.

تدريب (٣)

استخدم طريقة SQR3 عند قراءتك أحد الكتب وبين مدى إفادتك من هذه الطريقة؟

الفصل السادس

المهارات الكتابية

Writing Skills

• أساسيات الكتابة • اختيار الأسلوب الكتابي
• كيف تعزز من قدراتك الكتابية • كتابة التقارير
• خطوات إعداد التقارير • إعداد التقرير في صورته النهائية • المراجعة النهائية • الكتابة للإعلام الجديد

تمهيد

تعد الكتابة من أهم الأدوات التي يمتلكها الممارس الإعلامي سواء أكان يعمل في المجال الصحفي أم التلفزيوني والإذاعي أم في العلاقات العامة أم عبر استخدام الإنترنت وشبكاتها الاجتماعية.

والعمل الكتابي جهد اتصالي يحتاج إليه جميع الموظفين فمن خلال الكتابة يتم تواصلهم مع الغير وتنفيذ متطلبات وظائفهم ومن لا يتقن العمل الكتابي يجد نفسه في موقف ضعيف مما ينعكس على شخصيته وعلى سمعته داخل المنشأة وربما على سمعة منشأته إذا كان له تخاطب مع جهات أخرى خارجية.

ومع تطور المجتمعات والحاجة إلى الوقت، ومع التقدم التقني في مجالات الاتصالات صار لزاماً على الجميع تعلم المهارات الكتابية المختلفة في سبيل إيصال

المعلومة بأقل كلمات ممكنة وفق إيجاز ودقة ووضوح، كما أصبح من الضروري بمكان تعلم الأنماط الكتابية الجديدة لتقنيات الاتصال الحديثة مثل التعامل مع البريد الإلكتروني على سبيل المثال والذي أصبحنا نتعامل معه على مدار الساعة.

في هذا الفصل سنتعرض للكثير من المهارات الكتابية وأسس الكتابة، واختيار الأسلوب الكتابي بشكل عام وإعداد التقارير وغير ذلك من الموضوعات المهمة.

أساسيات الكتابة

فيما يلي سنقدم بعض أهم أساسيات وقواعد الكتابة الفاعلة والمؤثرة على الجمهور المستهدف. أوصى بهذه القواعد مجموعة كبيرة من الباحثين المتخصصين في الإقناع والاتصال والعلاقات العامة. حاول المؤلف هنا جاهداً في استخلاص وتحديد أهم ما أورده المؤلفون حول هذه الأساسيات المؤثرة في الكتابة (حجاب، ٢٠٠٣؛ عايش، ٢٠٠٣؛ Condrill and Bough, 2007; Wilcox,2009; Provost,1985; Wilbers,2000; Hunt and Grunig,1994; Rayfield,1991) والمؤلف لا يدعي أنها أساسيات جامعة مانعة ولكنه أخذ منها ما يراه من وجهة نظره أهم هذه الأساسيات مع مراعاة فوارق اللغة والتفكير والثقافة أيضاً. فاللغة العربية ليست كاللغة الإنجليزية وما يصح دائماً في اللغة الإنجليزية لا يعني أنه يصح في العربية، كما أن التفكير الثقافي الغربي لا يتوافق دائماً مع التفكير الثقافي العربي وسنلاحظ الكثير من الفوارق بينهما في الفصل الأخير من الكتاب. وبالطبع فهذه الفوارق في التفكير تخلق فوارق في طريقة الكتابة وإستراتيجياتها لتحقيق أهداف المرسل ووصول رسالته خاصة الإقناعية منها.
فيما يلي أهم أساسيات وقواعد الكتابة الفاعلة والمؤثرة:

أولاً: الوضوح: إن أهم مرتكز تقوم عليه الكتابة هو الوضوح في معنى الرسالة وسهولة ألفاظها وبعدها عن الإطناب، والاستطراد، والإيجاز المخل، وغريب الألفاظ.

الوضوح ضد الغموض والغموض قد يكون نتيجة لواحدٍ من الأسباب السابقة، أو نتيجة لعدم وضوح الرؤية في الأساس للكتابة وفي المثل: "فاقد الشيء لا يعطيه" فإذا كان الكاتب نفسه لديه بعض الغموض حول طبيعة الموضوع أو القضية التي يكتب عنها، فإن نتاجه حتماً سيكون غامضاً وغير واضح.

وفي سبيل الوضوح يوصي المتخصصون بالابتعاد عن التالي:

- **الجمل النمطية المعروفة (الكليشيهات)**: مثلاً "وإن دلَّ هذا على شيء فإنما يدل على" والأصوب أن تقول: "ويدل هذا على" وهناك العديد من هذه الجمل والكلمات المستهلكة التي نرى الكُتّاب عادة يستخدمونها مظنة منهم أنها تزيد الموضوع رونقاً وجمالاً.
- **تكرار الكلمات**: ومن أمثلة ذلك أن تجد الكاتب يُعيد في أسطر قليلة كلمة واحدة كثيراً والأصوب أن يستخدم مرادفات الكلمة في حالة ضرورة تكرار معنى الكلمة.
- **الكلمات والألفاظ غير المألوفة**: يقحم بعض الكتاب كلمات وألفاظ غير مستخدمة أو أنها مما يسمى وحشي الكلام ليطرز بها موضوعه أو خطبته. هذه الكلمات قد تكون مدعاة لعدم وضوح رسالته وبالتالي عدم وصولها للجمهور المستهدف، لذا لابد من تجنب مثل هذه الكلمات. على سبيل المثال: افرنقع يعني انصرف.
- **أفعل التفضيل**: تستخدم أفعل التفضيل كثيراً في صحافتنا المحلية، وفي خطاباتنا وكلماتنا لكن يفضل تجنب ذلك لأنه في الغالب مجرد كلام إنشائي لا معنى له بل حتى عندما تستخدم الأرقام والإحصاءات تستخدم بتفسير غير دقيق. لا تقل تُعد شركتنا أفضل شركة في العالم العربي، ولكن يمكن أن تقول وتُعد شركتنا من أكبر الشركات المساهمة في العالم العربي مع ذكر المبررات المنطقية لذلك، وفي حالة أن تكون الشركة مثلاً هي أفضل شركة سعودية في مجال معين لا بأس من ذكر ذلك مع ذكر الشواهد المبرهنة عليه.

- **الكلمات الأجنبية**: يستخدم بعض الكتاب ورجال الإعلام الكلمات الأجنبية، خاصة اللغة الإنجليزية لمجرد المباهاة وأنه يعرف لغة أجنبية حتى وإن كانت محصلته اللغوية من هذه اللغة مجرد كلمات متناثرة هنا وهناك. ويزيد الأمر سوءاً عند استخدامها بين أفراد جمهور لا يعرف هذه اللغة. استخدم المفردات العربية والكلمات الشائع استخدامها من اللغات الأجنبية مثل التلفزيون.
- **الاختصارات**: ينبغي عدم استخدام الاختصارات إلا للأشياء المتعارف عليها، كما يمكن للكاتب أن يستخدمها بعد أن يؤسس لها أي يعرف مكونات الكلمات المختصرة، ثم يورد اختصارها في السياق.
- **الجمل المعترضة**: لا تكثر من الجمل المعترضة لأنها تخل بالجملة وتعقد وصولها للمتلقي.

ويوصي الباحثون باستخدام ما يلي:

١- **استخدام الأفعال لا الأسماء**: تختلف اللغة العربية عن اللغة الإنجليزية، لذا، فإنه يفضل استخدام الأفعال لا الأسماء في بدايات الجمل إلا في حالات الضرورة عندما يُراد التأكيد على الفاعل لا الفعل. لذا، استخدم تفتح الجامعات أبوابها لاستقبال الطلاب مع بداية شهر أكتوبر ولا تقل الجامعات تفتح أبوابها.

٢- **استخدم ضمير المخاطب**: ينبغي استخدام ضمير المخاطب مثل أنت وليس ضمير المتكلم وذلك لاشتراك المتلقي معك في الرسالة وأنها تخصه هو لا غيره على سبيل المثال: "إن هذا البرنامج صمم خصيصاً لك أنت".

٣- **استخدم الفعل المبني للمعلوم لا المبني للمجهول**: تتطلب الكتابة الواضحة استخدام الجملة المبنية للمعلوم بصفتها قاعدة يعتمد عليها ولا يشذ عنها إلا إذا تطلبت قوة العبارة وأهميتها بناء الجملة باستخدام المبني للمجهول، خاصة عندما يكون

الفاعل غير معروف. مثال على ذلك: لو أن عاصفة لا سمح الله ضربت أحد الملاعب وهو مزدحم بالمتفرجين وقتلت عدداً كبيراً منهم يمكن أن تُصاغ الجملة كالتالي:

الجملة المبنية للمعلوم: ضربت عاصفة ملعب كذا وقتلت ١٠٠ متفرج وثلاثة لاعبين.

أما الجملة المبنية للمجهول: قُتِل ١٠٠ متفرج وثلاثة لاعبين إثر عاصفة ضربت ملعب كذا. ونجد هنا أن أهمية الخبر تفرض علينا استخدام الجملة المبنية للمجهول.

٤- **استخدم الجمل القصيرة:** استخدم الجمل القصيرة في غالب الأحيان، وابتعد عن الجمل الطويلة المعقدة قدر الإمكان وأكتب بشكل مباشر وبتنوع.

ثانياً: الدقة: يوصي الباحثون بأهمية توخي الدقة عند تحرير النص في أي موضوع كان وبأي لغة يكتب بها، فعدم الدقة يعني ارتكاب أخطاء تغير المقصود أو ربما تزيفه وتعكس المعنى بشكل خطير. وعدم الدقة لا تعني أننا تعمدنا ذلك عند الكتابة ولكن توضح أننا لم نعط النص حقه من التدقيق والتمحيص، ولم نأخذ في الحسبان ما قد يفهمه الجمهور المستهدف. وتزخر لغتنا العربية بالمترادفات للكثير من الكلمات. يقول حجاب: "فكلمة (الأم) وحدها لها في اللغة العربية أكثر من مائتي مترادف. وهناك في اللغة الكلمات التي تشير إلى أبسط الفروق والظلال في المعاني، ولنأخذ الأفعال التي تعبر عن السرقة، فكل واحدة منها تعبر عن أسلوب خاص، فهناك على سبيل المثال وليس الحصر: اقتحم، تسلل، باغت، نشل، سلب، اختلس، وغيرها عشرات، ولكل واحدة منها معنى خاصاً". (حجاب، ٢٠٠٣، ص٢٦٠).

ونجد أن استخدام الكلمات في اللغة العربية أيضاً يختلف من دولة لأخرى فعلى سبيل المثال: شتان بين معنى تربص في المشرق العربي عنه في مغربه فبينما تدل كلمة تربص في المشرق على الإيقاع بالشخص، أو خداعه، تدل في المغرب العربي على التدريب، وهناك في الواقع العديد من الكلمات التي تستخدم بشكل مختلف ليس فقط

بين دولة عربية وأخرى، بل حتى في الدولة الواحدة بين منطقة وأخرى. لذا، تنبع أهمية ملاحظة الدقة حسب الجمهور المستهدف والموضوع المطروح. يقدم حجاب (٢٠٠٣، ص ص٢٦٠- ٢٦٤) مجموعة من القواعد التي تساعد على تحقيق الدقة مثل:

- توضيح المصطلحات والمفاهيم وشرحها للجمهور المستهدف، خاصة عندما يكون المصطلح غير شائع.
- التأكد من دقة الترجمة للكلمة، ففي أحيان كثيرة نجد مشكلات جمة من ترجمة كلمة بشكل غير دقيق مما يؤدي إلى حصول خلاف كبير، خاصة عندما تكون الترجمة في أمور سياسية.
- التأكد من صحة الأسماء وكيف تكتب، فالثقافات المختلفة تختلف في كيفية كتابة الأسماء وأيها الاسم الأول وأيها اسم العائلة.
- الدقة في كتابة الإحصاءات والنسب والتواريخ والأرقام. إن عدم توخي الدقة قد يجعل من الأكثرية أقلية فبدلاً من ٧٠٪ تصبح النسبة ٧٪، وبدلاً من تاريخ حديث إلى تاريخ قديم وهكذا. والأخطاء في كتابة الأرقام قد تكون بسبب نقل الكاتب الرقم من مصدره الأساسي، أو نتيجة للعمل الطباعي، وكثيراً ما نجد نسبة ٢٥٪ مثلاً وقد أضحت ٥٢٪ نتيجة للتحرير على الحاسب دون مراجعة وتمحيص.
- أثناء الاقتباس، فقد تسقط علامات التنصيص، وربما يتهم على أثرها المؤلف بالسرقة من أعمال الآخرين وإن كان ذلك في الأصل هو مجرد سقوط هذه العلامات بسبب أو آخر.

ثالثاً: **الموضوعية**: تعد الموضوعية أمراً نسبياً، ولا توجد موضوعية كاملة، بل لا يمكن أن يكون الإنسان موضوعياً تماماً، فمثلاً حتى عند كتابة الصحفيين للأخبار فمهما حاول الصحفي أن يكون موضوعياً ومحايداً إلا أن هناك عوامل كثيرة تجعل

الموضوعية أمراً نسبياً ذلك أن الإنسان لا يستطيع أن يتخلص من تربيته وثقافته ومرجعيته الدينية والعلمية وكلها تؤثر على مقدار موضوعيته عند تناوله موضوعاً ما. ولكن هناك قواعد معينة تساعد الكاتب في الإلمام ببعض متطلبات الموضوعية فتجعله يقترب كثيراً من أن يكون موضوعياً. من هذه القواعد ما يلي:

- **الفصل بين الحقائق والآراء وعدم خلطها**: فالموضوعية تستلزم تناول الموضوع بحيادية ومن خلال الحقائق والأرقام، أو من خلال ما يقوله الآخرون دون إدخال الكاتب لآرائه الشخصية ودسها بين الآراء الأخرى. إذا أراد أن يبين وجهة نظره الذاتية فبإمكانه ذلك على أن يكون ذلك واضحاً للقارئ أنه رأيه الشخصي حول الموضوع. وهذا ينطبق على نقل أفكار الآخرين ورؤاهم والتي يجب أن نوضح أنها آراء وليست حقائق. أما كتابة الحقائق فنرجعها لمصادرها الأساسية.
- **تعدد وجهات النظر**: إن الموضوعية في تناول قضية ما تعني أيضاً تغطية جوانبها كافة، كما تعني تقديم وجهات النظر المختلفة بشكل متوازن. ففي أحيان كثيرة يكون الموضوع الذي تقدمه هو عبارة عن وجهات نظر لطرفين أو أكثر، هنا عليك أن تقدم وجهات النظر هذه بشكل متوازن وبعيداً عن الانحياز لطرف دون آخر سواء ذلك في المساحة، أم الكلمات المستخدمة فهناك فرق بين القول: وقد ذكر الوفد الرسمي لدولة كذا كذا وكذا، وبين القول وإدعى وفد دولة كذا كذا وكذا، فكلمة ذكر تختلف عن كلمة إدعى وتعطي انطباعات مختلفة، والموضوعية تعني أيضاً عدم الاقتصار على ذكر السلبيات مثلاً ولكن يجب ذكر الإيجابيات عند الحديث عن موضوع أو شخص ما.

وبالتأكيد تختلف درجة الموضوعية أيضاً باختلاف الموضوع والهدف منه، ففي الأخبار نتوقع أن يقوم الكاتب بتقديم وجهات النظر بحيادية تامة وبعيداً عن توجهاته الشخصية، ولكن عندما يكون الموضوع موضوع علاقات عامة لوزارة أو منشأة ما،

فنتوقع من الكاتب أن يقدم وجهات النظر المختلفة، مع التركيز في استخدام الأساليب الإقناعية المختلفة لتأكيد وجهة النظر التي يمثلها دون اختلاق الأكاذيب.

رابعاً: الإيجاز: إن الجمل الموجزة تصل إلى القارئ بسهولة ويسر، وقد تغني كلمة واحدة عن استخدام مجموعة من الكلمات. يتطلب الإيجاز المباشرة في قول ما تريد والابتعاد عن استخدام الكلمات والروابط الزائدة أو غير الضرورية، سواء أكانت كلمات، أم جمل اعتراضية، أم حروف، أم غير ذلك من الكلمات التي لا هدف لها سوى إضفاء المزيد من الشرح أو التكرار غير الضروري.

مثال يحتوي على الكثير من الجمل الزائدة: انتهت مباراة النصر والهلال التي أقيمت ليلة أمس في مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية بالتعادل بهدف لمثله. ومن الجدير بالذكر، أن جماهير غفيرة حضرت اللقاء من مدينة الرياض وخارجها - وهي عادة جماهيرية في مثل هذه المباريات- واستمتعت باللقاء.

والأفضل اختصاره كالتالي: انتهت مباراة النصر والهلال التي أقيمت ليلة أمس في مدينة الرياض بالتعادل بهدف لمثله وسط حضور جماهيري غفير استمتع باللقاء.

والإيجاز لا يعني إلغاء التأكيد الذي نستخدمه لإبراز أشياء محددة في النص المكتوب. ويرى حجاب أهمية استخدام أساليب التوكيد بحذر لتحقيق الأهداف المحددة وأن الإفراط في ذلك يؤدي إلى المبالغة والتطويل. (حجاب، ٢٠٠٣، ص٢٨٠).

خامساً: الإتقان اللغوي: ينبغي الاهتمام باللغة بشكل دقيق، وذلك بالابتعاد عن الأخطاء في الأسلوب وبناء الجملة والفقرة، وفي استخدام علامات الترقيم، وفي الإملاء. وينبغي دائماً في التقارير الطويلة أن يتم مراجعة النصوص من خلال مراجعين لغويين. إن التساهل في سلامة اللغة قد يؤدي إلى إضعاف قوة الرسالة ومدى مصداقيتها، بل في بعض الأحيان تؤدي حتى الأخطاء في عمليات الترقيم إلى فهم خاطئ للمعنى المقصود. (عايش، ٢٠٠٣، ص٧٥).

سادساً: الإيجابية والجاذبية: اجعل رسائلك جاذبة لدى القارئ واجعلها محببة له تتوافق واهتماماته وإمكانية الإفادة منها دون خوف أو رهبة. (حجاب، ٢٠٠٣، ص٢٧٦ ؛ Provost,1985) ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- زرع محبة الناس لك: فالناس لا تشتري أفكارك، أو تتبع نصائحك وهي لا تودك أو تشعر بانجذاب نحو شخصيتك الإنسانية. وانجذابها لشخصيتك يتم عن طريق شعورها بمعرفتك بها وباهتماماتها وبالوضع الذي تعيش فيه. القارئ يحبك للغتك السهلة، ولاستخدامك الدعابة المناسبة للحديث، والقارئ يحبك عندما تشعره أنك مثله لك أخطاؤك فتعطيه شيئاً من تجربتك السلبية وكيف تجاوزتها.
- الاهتمام بالفعل الإنساني: فالقارئ يهتم بالقصص الإنسانية وليس بالآلة أو التقنية حاول دائماً أن تربط موضوعك بالفعل الإنساني فتتحدث عن تجربة أسرة، أو عن أزمة إنسان إلخ. ويهتم القارئ بالنص كلما كان قريباً منه ومن البيئة التي يعيش فيها.
- استخدم ضمير المخاطب: فالإنسان يهتم أكثر بما يخصه أكثر من اهتمامه بما يخصك أنت أو يخص الآخرين.
- اكتب رأيك بوضوح: وبين الآراء المضادة لرأيك بأمانة.
- استخدم الأمثلة لتوضيح أفكارك بشكل أدق.
- استعن ببعض المصادر والكتاب الثقاة والمشهورين أثناء كتابتك للنص ولا بأس من تنصيص ما قالوه ليؤكد حديثك.
- قدم معلومات مفيدة للقارئ: يمكن له استخدامها بعد الانتهاء من قراءة موضوعك.
- اهتم بعنوان موضوعك: فهو المدخل الأساس لجذب القارئ أو ابتعاده. (Provost,1985,PP.91-104).

• استخدم أكبر قدر ممكن من الحواس: صوِّر ما تريد قوله ذلك أن القراء يعالجون المعلومات بشكل أساس بحاسة دون أخرى. بعض القراء يفهم أكثر عن طريق حاسة البصر، وبعضهم عن طريق السمع، وبعضهم من خلال حاسة الذوق وهكذا، وباستخدامك معظم الحواس أثناء الكتابة تستطيع أن تجذب كل قرائك. (Condrill and Bough,2007,P.53).

اختيار الأسلوب الكتابي

يقدم عايش (٢٠٠٣، ص ص٦٤- ٦٥) مجموعة من الأساليب الكتابية التي يمكن استخدامها وذلك بناءً على طبيعة الجمهور المستهدف، ونوعية الموضوع، وماهية الوسيلة المستخدمة، ودرجة اهتمام الجمهور بالموضوع هذه الأساليب هي:

• **أسلوب الأعمال Business Style**: ويؤكد عايش على أنه أسلوب يناسب كتابة المذكرات والخطابات والتقارير التي توزع على موظفي المنشأة. وهو أسلوب يتميز بالرسمية واللاشخصانية.
• **الأسلوب الشخصي Personal Style**: ويعد هذا أسلوباً مناسباً في التقارير غير الرسمية بين الأصدقاء، وبين الموظفين على المستوى الأفقي وذلك من خلال كتابة الملاحظات والمذكرات.
• **الأسلوب المألوف Familiar Style**: ويعد هذا أقل رسمية من أسلوب الأعمال، ويقصد به الوصول إلى الموظفين عبر نشرات ومذكرات تهدف إلى تعزيز الالتزام بالقوانين في بيئة العمل وذلك وفق لغة أكثر لطافة.
• **الأسلوب المهني Professional Style**: يستخدم فيها مصطلحات خاصة بالجمهور المستهدف وهي لغة مفهومة لهم إلا أنها قد تكون غير مفهومة لغيرهم.

- **الأسلوب الإخباري المباشر Straight News Style**: ويستخدم هذا النوع من الأساليب في التعامل مع المعلومات والنشرات الإخبارية الموجهة لوسائل الإعلام المختلفة.
- **أسلوب التحقيق الصحفي Feature Style**: وهو أسلوب صحفي يستخدم في تغطية الموضوع بشكل يتجاوز القصة الخبرية لما وراء ذلك، فيجمع في مادته أراء أكثر من طرف من أصحاب القضية المطروحة وينتهي ربما بآراء المعد للتحقيق. يستخدم في الصحف والمجلات، ويحتاج إليه المديرون في المنشآت حول قضايا معينة في المنشأة.
- **الأسلوب القانوني Legal Style**: يستخدم هذا الأسلوب في الحالات التي تحتاج استخدام اللغة القانونية حتى لا تقع في كلمات محظورة، أو تستخدم كلمات تؤخذ عليك وقد تنقض الاتفاقية مع شركة أو جهة أخرى خاصة في خطابات خاصة بالعقود، أو بتأخير الإنجاز، أو للإستفسار عن شيء يخص اتفاقية مبرمة. كما يستخدم هذا الأسلوب أيضاً في حالات النزاع. (عايش، ٢٠٠٣، ص ص٦٤- ٦٥ ؛ Hunt and Grunig,1994).

كيف تعزز من قدراتك الكتابية؟

كل فرد فينا يحتاج أن يعمل جاهداً على تعزيز قدراته الكتابية حتى يستطيع أن يمارسها دون صعوبة تذكر. إن تعزيز القدرات الكتابية لا تتأتى فقط أثناء كتابة موضوع ما ولكن حتى وأنت بعيد عن ممارسة الفعل الكتابي. ومن أهم الخطوات في هذا المجال:

١- القراءة: تعد القراءة من أهم الأدوات الأساسية المساعدة في إتقان الكتابة. كلما قرأت، استطعت أن تتحصل ليس فقط على كلمات جديدة ولكنك أيضاً تتعرف على محصلة معرفية كبيرة في موضوعات شتى، كما تساعدك على تحسين أسلوبك الكتابي.

إقسم قراءتك إلى قسمين وخصص ٦٠ إلى ٧٠٪ منها للقراءة التخصصية في مجال تخصصك فلو كنت طالب طب، خصص ٧٠٪ من قراءاتك في المجالات والكتب الطبية العلمية، واترك ٣٠٪ للقراءات الحرة والعامة مثل قراءات الصحف والمجلات العامة، وقراءة الروايات وطبعاً الكتب الدينية.

إن هذه الطريقة في القراءة تساعدك على معرفة الجديد والمفيد في تخصصك، كما تساعدك على معرفة أمور الحياة الأخرى خارج تخصصك وهذا يفيدك في الكتابة التخصصية وفي الوقت نفسه يساعدك في الكتابات الإعلامية والعامة، بل وحتى في تعاملك فيما بعد مع المرضى وحتى مع أهلك وأصدقائك.

قد يقول قائل إن الكتابة الإعلامية في الصحف والمجلات، كتابات غير فصيحة ويعتري الكثير منها الضعف في الأسلوب والمبالغة والإثارة في الطرح نقول هذا صحيح ولكن ستجد في الصحف أيضاً الكثير من الأعمدة المخصصة لكبار الكتاب والذين يتناولون الكثير من القضايا الحياتية المهمة، كما أن قراءة الأخبار بشكل عام تجعلك أكثر دراية بالعالم من حولك وقد تنبهك للجديد حتى في تخصصك مما يساعدك فيما بعد عن البحث عنه والتأكد منه.

٢- الاستماع: استمع للآخرين بإنصات، وحاول أن تتعلم كيف يتحدث كبار الكتاب والعلماء سواء أكان ذلك في تخصصك أو في التخصصات الأدبية والإنسانية. استفد من وقتك أثناء مواصلاتك واستمع للقرآن الكريم، للأحاديث، للمقابلات مع الكتاب والإعلاميين إلخ. تعلم كيف يجيبون على الأسئلة، وماذا يقولون. وإذا كان الطريق مزدحماً أو طويلاً ويستغرق وقتاً كثيراً فعليك أن تستفيد منه بأن تضع في

مسجل السيارة شريطاً أو قرصاً مدمجاً مسجل عليه محاضرات أو مقابلات أو أي مادة ترى أنك تستفيد منها.

ولعل الإنصات والاستماع من أكثر الأمور إفادة في تعلم اللغات الأخرى، إنها تفيدك في كيفية نطق الحروف والكلمات، وتركيب الجمل، والاستماع أكثر فائدة في التعلم من المشاهدة لأن المشاهدة تركز على البصر أكثر من الحاسة السمعية وبالتالي إنصاتك يكون أقل. واحرص عند استماعك للغة أخرى أن تستمع لمتحدثين من أهل اللغة المقصودة نفسها.

٣- وسع من مفرداتك اللغوية: سواء أكان ذلك في اللغة العربية، أم اللغة الإنجليزية، أم أي لغة تحتاج إليها. حدد لك وقتاً في الصباح تتعرف فيه على عدة كلمات وكيفية استعمالها وحاول أن تستخدمها أكثر من مرة في اليوم ولن يأتي المساء إلا وقد أضفتها لرصيدك اللغوي وهنا ينبغي أن تركز أكثر على توسيع مفرداتك اللغوية في مجال تخصصك أكثر.

٤- سجل في معاهد أو مقررات تدريس الكتابة: هناك بعض مراكز التدريب التي تتيح لك مجال دراسة الكتابة، حاول ألا تدرس مقررات في القواعد والنحو ولكن في مهارات الكتابة، يمكن أن تأخذ مواداً عامة، وأخرى تخصصية حسب تخصصك فلو كنت طالباً في الإعلام يمكن أن تحصل على تدريب في كتابة السيناريو، أو في تحرير الأخبار، أو الكتابة للعلاقات العامة وهكذا فلكل تخصص مجالاته الكتابية.

إذا لم تجد الدورات أو المقررات التي تساعدك على هذا المجال حاول أن تبحث عن أشخاص ممن يجيدون تعليم مثل هذه المهارات، بل يمكنك اليوم مثلاً تعلم بعض المهارات مثل تعلم اللغة الإنجليزية عن طريق التسجيل في الإنترنت.

٥- ابحث عن المعلومة: لا يكتب الإنسان في أي موضوع دون أن يرجع لمصادر معلوماتية يستقي منها الكثير من المعلومات والحقائق عن طبيعة موضوعه سواء أكانت

هذه المصادر أولية شخصية، أم مراجع علمية من أبحاث وكتب، أم من مراجع عبر الشبكة، أم قواعد بيانات إلخ. ويمكن لنا تلخيص أهم المصادر التي يمكن أن تحصل من خلالها على المعلومات والحقائق في التالي:

- **الأبحاث والكتب**: ابدأ من مكتبتك، ومن مواقع البحث عبر الشبكة ثم اذهب لمكتبة الجامعة أو المكتبات العامة وعن طريقها اتصل بقواعد البيانات، وحاول قدر الإمكان أن تتحصل على أحدث الأبحاث التي تتحدث عن الموضوع. بعد تجميع هذه الكتب والأبحاث اقرأها بطريقة واعية كما سبق وأن بينا في مهارات القراءة واحصل على ما تريده بسرعة وسهولة.

إذا لم تعرف كيف تتحصل على المعلومات إسأل أصحاب الخبرة من العاملين في المكتبات سيقومون بإرشادك وتوجيهك لأماكن البحث عن مصادر المعلومات والحقائق التي تبحث عنها.

- **الوثائق الحكومية والمنظماتية**: إن المعلومات والحقائق التي تبحث عنها تختلف من موضوع لآخر لكن دائماً ما نجد أن كثيراً من هذه الموضوعات يمكن الحصول عليها عن طريق الوثائق والإصدارات الحكومية، وتلك الخاصة بالمنظمات الدولية والعربية والمحلية. وتجد أن في كل مكتبة قسماً خاصاً بها.
- **المصادر الشخصية**: بعض الأحيان، تجد بعض الموضوعات التي تريد أن تكتب عنها متعلقة بأشخاص محدودين إما علاقة مباشرة أو غير مباشرة ومن خلال اتصالك بهذه المصادر الشخصية تستقي ما يناسبك.
- **الملاحظة**: قد تحتاج في بعض الموضوعات قبل الكتابة عنها أن تلاحظها بنفسك على الطبيعة أو أن تقوم بتجربة بسيطة حتى تستطيع التأكد منها.

٦- **اكتب في مخيلتك أولاً**: يقصد بذلك أن تبدأ التفكير في الكتابة ذهنياً قبل الشروع في الكتابة الحقيقية، وبعد أن تكون قد فرغت من جمع البيانات والحقائق

والمعلومات التي تخص موضوعك عليك بالتفكير في عناصره الرئيسة. وطريقة كتابة المقدمة وبناء جسم الموضوع والنهاية وقد تكون فرصة لك إذا كنت في السيارة مثلاً لتفكر في مثل هذا الترتيب والصياغة الذهنية قبل الشروع في الكتابة على الورق. وتعد هذه المسودة الأولى بحيث تسهل عليك الكتابة عند الجلوس إليها. بل عليك التفكير في الموضوع في كل مكان قبل ان تبدأ فيه.

٧- اكتب عناصر الموضوع Outlines : لا يفضّل الكتّاب عادة استخدام عناصر للموضوع لأنهم يرون أنها تستهلك وقتاً وقد لا يحتاجها الكاتب قبل كتابته. يدل الواقع على أن هناك موضوعات ومواقف معينة ينبغي أن يقوم الكاتب بوضع عناصر للموضوع قبل الخوض فيها وإلا فإنه قد يبدأ بداية خاطئة تكلفه الكثير من الجهد والوقت.

يرى ولبرز (Wilbers,2000,P.171) أن هناك حالات ينبغي فيها كتابة عناصر للموضوع قبل الدلوف فيه وهي :

- عندما يكون الموضوع صعباً ومعقداً.
- عندما تكون المادة طويلة أو تحوي عناصر متعددة.
- عندما تشعر أنك في مسيس الحاجة لجمع وتنظيم أفكارك.

ويورد ولبرز مجموعة من الفوائد لاستخدام عناصر الموضوع :

- تساعد في تحديد الأسباب، والأهداف، والجمهور، والمواد.
- توضح البناء الخاص بالموضوع من مقدمة وصلب وخاتمة.
- تجعله من السهل التعامل مع موضوع معقد وشائك وكبير وذلك بتقسيمه إلى عدة أجزاء يمكن التعامل معها.
- تساهم في تحقيق النقاط الرئيسة في الموضوع.
- تساعد في تحقيق الترابط المنطقي للموضوع وعلاقة أجزائه ببعضها.

- تعمل على الحد من ارتكاب الأخطاء في تنظيم أجزاء الموضوع.
- تساهم في التركيز والدقة في تناول الموضوع. (Wilbers,2000,P.171).

٨- **رتب أفكارك**: عندما تختار موضوعاً ما تريد الكتابة فيه وبعد أن تكون قد قرأت بعض الأشياء الأولية عنه، وتعرفت على بعض الآراء حوله عليك بترتيب أفكارك وتنظيم خطواتك، وذلك بإتباع التالي:

- اعمل قائمة بأسئلة حول الموضوع قبل أن تبدأ فعلياً في البحث عنه وعليك أن تجعل هذه الأسئلة على شكل مجموعات مترابطة مع بعضها في كل تجمعها أفكار محددة.
- ابحث عن مصادر للإجابة على هذه الأسئلة، ابحث عن مصادر مختلفة للإجابة على كل سؤال طرحته وكل ما وجدت إجابات مختلفة للسؤال الواحد استطعت أن تحصل على مادة وفيرة للكتابة.

٩- **حدد أهدافك**: اطرح على نفسك سؤالاً رئيساً قبل الشروع في الكتابة: لماذا أنت تكتب هذا الموضوع؟، ما أهدافك؟، هل تريد أن تقنع أحداً؟، أم تريد إسداء نصيحة أو اقتراحاً؟، هل تريد إخبارهم عن شيء معين حتى يتخذوا قراراً محدداً؟، أم هل القصد أن تُضحك الجمهور المتلقي؟.

إذا لم تستطع أن تحدد لماذا تكتب ما تريد كتابته؛ فالأفضل لك ألا تكتب إذ يتوجب عليك أن تجد على الأقل هدفاً واحداً تريد الكتابة عنه. (Provost,1985,PP.26-27).

١٠- **تصور جمهورك**: ليست البلاغة الكتابية أن تكون قادراً على أن تكتب بلغة ضليعة وكلمات صعبة معقدة ولكن البلاغة الحقة أن تكتب باللغة التي يفهمها جمهورك المراد الوصول إليه. كتابتك للطفل، يجب أن تختلف عن كتابتك لطالب الإبتدائي، والذي بدوره يحتاج للغة غير تلك التي تستخدمها مع الطالب الثانوي وهكذا، كما أن الكتابة لمختص في الموضوع تختلف عن الكتابة لجمهور غير متخصص

فعندما تكتب موضوعاً عن مرض معين وتخاطب الأطباء، يختلف عن كتابتك حوله لعموم الجمهور. إن الكتابة للمشغول وقته تختلف عن الكتابة لغير ذلك.

عند الكتابة ضع الجمهور المراد الوصول إليه أمام عينك وتصوره بوضوح ثم اكتب موضوعك بما يتوافق معه من النواحي اللغوية، والموضوعية، والنوعية، بل وحتى من حيث طول المادة وقصرها، بل وحتى طبيعة الوسيلة المراد الوصول إليهم من خلالها، فالكتابة في مجلة علمية غير الكتابة في صحيفة يومية.

١١- **ضع قائمة محاور لموضوعك**: قبل أن تشرع في العمل الكتابي، حاول أن تضع خطوطاً عريضة، أو قائمة بموضوعات أو عناوين فرعية لموضوعك. وهي عبارة عن تقسيمات يمكن لك بعد ذلك تغطيتها جميعها، أو ربما تلغي بعضها وتراه لا يتوافق مع جمهورك.

١٢- **استخدم البناء الهرمي**: عند الشروع في الكتابة استخدم البناء الهرمي، وذلك من خلال التركيز على ما تريد قوله حسب أهميته محاولاً الإجابة على التساؤلات التالية في أول فقرة: من؟، ماذا؟، متى؟، أين؟، ولماذا؟، ثم تقدم في الفقرة التالية معلومات وآراء تعزز ما ورد في الفقرة الأولى.

تستخدم الصحف هذا الأسلوب بالذات عند تقديم القصص الإخبارية، حاول أن تقرأ الأخبار في الصفحة الأولى في أي صحيفة تجدها كتبت بهذه الطريقة.

انظر إلى هذا الخبر الذي ورد في صحيفة الوطن يوم الأربعاء ٢٠ محرم ١٤٣١هـ الموافق ٦ يناير ٢٠١٠:

"قال المتحدث باسم وزارة الخارجية الإيرانية أمس، إنه توجد إشكالية حول هوية الشخص الذي لجأ إلى السفارة السعودية في طهران، في إشارة إلى إيمان ابنة أسامة بن لادن، إلا أنه أكد أن إيران تنظر إلى طلب المملكة توفير سبل مغادرتها طهران، من منطلق إنساني، وستعمل حسب المسار القانوني للتسهيلات في هذا المجال.

وأكد المتحدث رامين مهمان برست أنه إذا تم التأكد من هوية إيمان فإن حكومته ستتعامل مع الطلب إيجابياً وستوفر سبل عودتها".

ورد هذا في الصفحة الأولى من الصحيفة، ثم أوردت الصحيفة تفاصيل أكثر في الصفحة الداخلية السابعة منها: "وتعتقد المصادر أن إيمان قد دخلت الأراضي الإيرانية مع أفراد أسرتها بطرق غير قانونية وبأسماء مستعارة بعد سقوط حكومة طالبان واحتلال أمريكا لأفغانستان.

وكانت العائلة تعيش في مكان متواضع في شمال طهران لكن هروب إيمان إلى السفارة السعودية بطهران قد أزاح الستار عن هذه القضية."

لو نظرت للفقرة الأولى من الخبر لوجدت إجابات كاملة للتساؤلات الخمسة ولوجدت أن الفقرات التالية هي مجرد تفاصيل للفقرة الأولى.

١٣- استخدم جملة الفكرة: يقصد بذلك أن تستخدم في بداية كل فقرة جملة موضوع الفقرة ثم أورد الجمل التي بعدها في الفقرة لتساندها وتقدم الشرح حولها. قبل كتابة أي فقرة اسأل نفسك: ماذا أريد أن أقول هنا؟، ما الشيء الذي أريد إيصاله؟. الإجابة على هذه التساؤلات بجملة واحدة تقودك إلى جملة الفكرة للفقرة. ثم بعد ذلك اسأل نفسك عن كل جملة تكتبها بعد جملة الفقرة الأساسية هذا السؤال: هل هذه الجملة تساند الجملة الرئيسة أم لا؟ أي جملة ترى أنها لا تقوم بهذا الدور يعني أنها جملة ليس لها مكان من الإعراب وعليك بحذفها. لنرى هذا المثال الافتراضي:

تردت الحالة الصحية لوزير التخطيط والاستشراف الدكتور محمد الصالح، ليلة البارحة، إذ صرح الناطق الرسمي بمستشفى الطيب- حيث يرقد الوزير من ثلاث ليال- أم أن الوزير عانى من أزمة قلبية جديدة دخل في أثرها في غيبوبة كاملة. وبالرغم من محاولات إنعاشه إلا أنه لم يستجيب لذلك. ويرى طبيبه الخاص أن حالته من

الناحية الطبية ميؤوس منها لكن الأمل في الله سبحانه وتعالى فهو الذي يُحي العظام وهي رميم.

لو نظرت للفقرة السابقة، نجد أن فكرة الفقرة وردت في الأول وهي عن تردي الحالة الصحية للوزير، وإن الجمل الأخرى في الفقرة كانت تشرح هذه الفكرة.

١٤- تجنب الإطناب والإسهاب Wordiness : يقصد بالإطناب والإسهاب عندما تستخدم كلمات حشو تكرر المعنى نفسه مثال: "في شهر أغسطس، في فصل الصيف سافرت إلى كندا". نجد هنا أن الكاتب استخدم شهر أغسطس، ثم استخدم في فصل الصيف وعبارة في فصل الصيف ليس إلا إطناباً حيث نعرف أن أغسطس لا يأتي إلا في الصيف.

يأتي الإطناب والإسهاب أيضاً عندما يستخدم الكاتب كلمات طويلة ليعبر عن شيء يمكن التعبير عنه بكلمات قصيرة وأكثر تعبيراً.

كتابة التقارير

يرى أبو بكر والبريدي أنه ليس هناك إجماع بين الباحثين على ماهية التقرير، ويرجعان ذلك إلى طبيعة التقرير المعقدة فهو يتنوع حسب أغراضه، وتعدد أنواعه، وتبيان شكله، كما تختلف الجهات التي تعده والجهات التي تستقبله. (أبوبكر والبريدي، ٢٠٠٧، ص٤٦٢).

وبعد عرضهما لمجموعة من التعاريف، يتوصلان لتعريف جديد، أرى أنه الأفضل من بين التعريفات السابقة ينص على أن التقرير هو: "أداة أو وسيلة للعرض المنطقي المبسط الموثق للحقائق أو الآراء أو الاتجاهات أو التوصيات المتعلقة بموضوع أو مشكلة

معينـة ؛ تحقيقـاً لأهـداف محـددة وتقديمـه لجهـة معينـة في وقـت مخصـوص" (أبـو بكـر والبريدي، ٢٠٠٧، ص٤٦٢).

ويعني هذا التعريف أن التقرير يقسم بالتالي إلى:

- أداة أو وسيلة لتحقيق هدف معين فهو ليس هدفاً في حد ذاته.
- يتضمن التقرير بين دفتيه عرض مبسط ومنطقي للحقائق والآراء والاتجاهات والتوصيات. ويلاحظ هنا أن هذا العرض المبسط يحتوي على التوثيق والتفريق بين الحقائق والآراء.
- يختص التقرير بمشكلة محددة أو موضوع معين.
- يقدم التقرير لجهة معينة ويُعَد بناءً على ذلك.
- ينبغي تقديمه خلال فترة محددة وإلا ليس للتقرير فائدة.

أنواع التقارير: تقسم التقارير حسب أهدافها، وحسب الزمن، وحسب المحتوى، وحسب الشكل، وحسب الجهة التي يرفع لها، وبحسب درجة الرسمية.

- **فالتقارير حسب الهدف** هي تقارير متابعة وتُعنى متابعة المشاريع تحت الإنجاز فيقارن التقرير بين المفروض إنجازه حسب المخطط، وما تم إنجازه مع بيان الإيجابيات والسلبيات. وبناءً على هذا النوع من التقارير يمكن اتخاذ قرارات مهمة فقد يوجه خطاب إنذار للجهة المنفذة أو حتى ربما إلغاء الاتفاق معها.
- **تقارير الدراسات العملية Action Research**: يتكون هذا التقرير من نتائج الدراسات التي تتم في داخل المنشأة لمعرفة حالة فرع منها، أو إمكانية إنشاء جديد والجدوى الاقتصادية من ذلك، أو لمعرفة مشكلة ما تعاني منها المنظمة.
- **تقارير الأداء**: سواء أكان هذا الأداء خاص بالموظفين- وعادة ما يتم بشكل سنوي- أو أداء الإدارات المختلفة. وبناءً على هذه التقارير تُقيِّم الإدارات

وكذلك الموظفون وبناءً عليها تتم الترقيات للموظفين وتوزع المخصصات المالية للإدارات.

والتقارير إما أن تكون دورية سواء أكانت يومية، أم أسبوعية، أم شهرية، أم ربع سنوية أم نصف سنوية، أم سنوية ويتم تحديد ذلك وفقاً لمتطلبات العمل. فمثلاً يُقيَّم الموظفون عادة بشكل سنوي وفق نماذج محددة. كما يمكن أن تكون التقارير استثنائية وتعمل بناءً على مشكلة ما تنتهي بانتهاء المشكلة، كما يمكن مثلاً تقييم الموظف الجديد بعد ثلاثة أشهر لمعرفة مدى تثبيته بالمنظمة من عدمه.

- **تقارير حسب المحتوى:** فهناك التقارير المالية والمحاسبية، وتقارير الأنشطة الإدارية، وتقارير الأفراد.
- **التقارير حسب الشكل:** هناك التقارير التي تعد وفق نماذج محددة وهي عادة تقارير دورية، على معد التقرير فقط أن يقوم بتعبئة الخانات فيها مثل تقارير الأداء للموظفين. وهناك تقارير تعتمد في شكلها على الفريق المعد، حيث أنها غير محددة سلفاً.
- **التقارير حسب الجهة التي ترفع لها:** وهي تقارير داخلية أو خارجية ويطلق على التقرير داخلياً إذا رُفع لإدارة داخل المنشأة فمثلاً: قد يُرفع التقرير من المدير المالي لمدير عام الشركة، أو من مدير الفرع لرئيس الشركة، أو من رئيس الشركة التنفيذي إلى مجلس الإدارة. أما التقارير الخارجية، فتُرفَع خارج نطاق المنشأة، مثلاً: إلى وزارة المالية، أو إلى مصلحة الزكاة والدخل (أبو بكر والبريدي، ٢٠٠٧).

خطوات إعداد التقارير

كما ذكر سابقاً، هناك تقارير تُعد وفق نماذج محددة وبشكل دوري مثل تقارير أداء الموظفين، وهناك تقارير يقوم معدها بتحديد شكلها وأطرها. ولاشك أن هذين النوعين من التقارير يختلفان في خطوات الإعداد بشكل واضح فبينما يعتمد الأول على قيام المعد بتعبئة الخانات، يعتمد الثاني في إعداده على خطاب التكليف الذي يطلب منه الإجابة على تساؤلات معينة، أو بناءً على نقد معين يصل إليه كأن تصل إليه معلومات عن تقاعس إدارته في أداء أدوارها فيبني على ذلك إعداد تقرير. فيما يلي سنوضح أهم الخطوات في كل منهما:

١- التقرير المحدد وفق نموذج: يتبع المعد هنا الخطوات التالية:

أ) قراءة متعمقة في نموذج التقرير والتعرف على كل خانة تحتاج للتعبئة وتحديد كيفية ذلك وذلك بطرح مجموعة من الأسئلة:

- من لديه المعلومة؟، هل هي موجودة في الملفات؟، أم هل هي لدى أشخاص محدودين في المنشأة؟، وكيف الحصول عليها؟.
- هل يمكن الإفادة من التقارير السابقة في تعبئة بعض الخانات؟.
- هل هناك خانات تحتاج للقيام ببعض الملاحظات والمتابعات والتي بدورها تحتاج لوقت طويل؟.
- هل هناك حاجة لإعداد استبانات للتقييم؟.
- كم يحتاج هذا التقرير من وقت حتى الانتهاء من إعداده؟.

ب) جمع البيانات والمعلومات من المصادر الخاصة بها وفقاً للخانات التي سوف يقوم بتعبئتها، والحصول على الأصول لمصادر هذه المعلومات والتأكد من موثوقيتها وصدقيتها ثم الاحتفاظ بها، على سبيل المثال: النشاطات التي قام بها الموظف، في أحيان كثيرة نحتاج إلى معلومات من الموظف نفسه، هنا

يطلب من الموظف كتابة هذه الأعمال لكن يجب على المعد التأكد من صدقها مع الاحتفاظ بها لديه، وينبغي في حالة النماذج الفردية أن يقوم المعد بفصل كل حالة لوحدها في ملف منفصل للإفادة من معظمها في التقارير الدورية القادمة.

ج) تعبئة الخانات من خلال البيانات المتوفرة في حالة وجود نقص، إعمل على البحث عن المعلومات الناقصة والتأكد من الحصول عليها.

د) مراجعة التقرير والتأكد من صحة البيانات والمعلومات سواء أكانت أساسية أم غير ذلك.

هـ) احتفظ بنسخة من النموذج النهائي بعد تدقيقه لوجود بيانات أساسية سوف تحتاج إليها في المرات القادمة بحلول دورية التقرير.

٢- **التقرير غير المعد مسبقاً**: يعتبر هذا النوع من التقارير الذي لا يجد المعد أمامه نموذجاً يقوم من خلاله بتعبئة الخانات من أصعب التقارير، وإن كان يعطي للمعد مجالاً واسعاً في الابتكار والتجديد. أهم خطواته كما يلي:

أ) تحليل الموقف: ويشمل التساؤلات التالية:

- من طالب بهذا التقرير؟.
- ما الموقف أو المشكلة التي بسببها سوف يُعد هذا التقرير؟.
- ما أهدافه؟.
- هل هناك خطاب تكليف بإعداد التقرير؟، مِن من؟، وما المطلوب فعلياً إعداده؟.
- هل سوف يتم إعداد التقرير بمبادرة منك؟، إذا كان كذلك فما أهدافه؟، وماذا تريد أن تحقق من خلاله؟.
- ما حجم التقرير المتوقع؟.

- هل هناك تحديد لحجمه وشكله؟، أم أن الأمر متروك لك ولإبداعك؟، إذا كان كذلك فما الأسس التي عليها ستبني الحكم والشكل؟، هل تعرف جهة متخصصة يمكن أن تساعدك في التصميم؟.
- ماذا يتوقع من التقرير؟، وما النتائج المستهدفة؟.
- من هي الجماهير المستهدف الوصول إليها؟، وما طبيعتها؟، وما خلفياتها العلمية والإدارية؟، ما طبيعة الوقت المتاح لهذه الجماهير لقراءة التقرير، وما نوع الأساليب الكتابية المناسبة له؟.

ب) **تحديد الأهداف**: ما الأهداف التي تريد تحقيقها من خلال هذا التقرير؟، وماذا تحتاج من معلومات وبيانات؟، ما الإستراتيجيات التي تساعدك في تحقيقها؟. هل تحقيق هذه الأهداف يتناسب والمدة الزمنية المخصصة لتقديم التقرير؟، وهل يمكن اختصارها أو زيادتها؟.

ج) **تحديد الرسالة (المضمون):**

- ما حجم البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف التقرير؟، وما المصادر اللازمة لذلك؟.
- ما طبيعة هذه المعلومات والبيانات؟، وما نوعية المصادر؟، وما الوقت الذي تحتاجه؟.
- ما طبيعة المضمون المراد التركيز عليه؟.
- ما الأسلوب أو الأساليب الكتابية اللازمة؟.
- ما الأشكال والرسوم البيانية والجداول الضروري تضمينها؟.
- ما التأثير المطلوب: هل هو إقناع الجمهور المستهدف بشيء ما؟، أم هل المراد خلق انطباع معين؟، أم بيع شيء ما، أم مجرد إخبار وتقديم حالة أو موضوع كما هو؟. إلخ.

- ينصح الخبراء في هذه ا لخطوة بعمل ما يلي:
- كن شفافاً Transparent ، وأذكر الحقائق Report facts.
- اعتمد على المصادر الأولية Primary data قدر الإمكان (البيانات والمعلومات الي تقوم أنت بإنتاجها من خلال ملاحظاتك أو مقابلاتك واستباناتك وتحليلك).
- اعمل منه مادة سهلة القراءة والاطلاع وذلك عن طريق:
  - استخدام الفقرات القصيرة.
  - عدم حشو التقرير بالكثير من الكلام.
  - أُترك بعض الفراغات البيضاء حسب الإمكان لا تجعل مادته مكتظة.
  - استخدام الرسوم البيانية والجداول الإحصائية، وكذلك الصور حسب الإمكان.
- تأكد من موثوقية ومصداقية المادة التي تكتبها.
- وثق معلوماتك وأرجعها لمصادر محددة.
- ابحث عن المعلومات والبيانات الحديثة، خاصة الإحصاءات.
- أذكر الإنجازات والإخفاقات، الإيجابيات والسلبيات (أبو بكر والبريدي، ٢٠٠٧، ص٤٨٥ ، Wilcox,2009,P.381).

د) **تحديد مكونات التقرير**: يتكون التقرير عادة من أربعة أجزاء رئيسة وهي:

الجزء الأول- ويُعنى بالغلاف والمحتويات والمقدمة والملخص. وينبغي أن يكون ذلك وفق ترتيب محدد ومتعارف عليه فيحوي الغلاف عنوان التقرير، والجهة المعدة، وتاريخ الإعداد. أما المحتويات فتوضح العناوين الموجودة في التقرير وأرقام صفحاتها وكذلك الرسوم والجداول، وتوضع عادة منفصلة. الملخص للتقرير وعادة يسمى

Exclusive Summary، فيلخص فيه أهداف التقرير، ومنهجيته، وأهم نتائجه وتوصياته.

الجزء الثاني- جسم التقرير أو صلبه: ويشمل تفاصيل الموضوع أو المشكلة تحت الدراسة أو التقييم، وهذا لاشك يختلف باختلاف موضوعات التقارير، لكن ينبغي تحقيق أهداف التقرير في هذا الجزء كاملة، والعودة إليها للتأكد من تحقيق ذلك. وقد يبدأ بلمحة تاريخية، ثم عرض للمشكلة أو الموضوع أو المشروع، والحالة الراهنة، والمشكلة إذا كان هناك مشكلة وأسباب نشوئها وكيفية التخلص منها وتقديم تحاليل متكاملة وفق أساليب علمية موثقة.

الجزء الثالث الخاتمة: وتشمل الخلاصة Summary، والمقترحات والتوصيات والتي ينبغي أن تكون مواكبة والهدف من التقرير.

الجزء الرابع-الفهارس والمراجع: وهي المراجع التي تم استخدامها في التقرير، سواء أكانت عبارة عن لقاءات، ومقابلات، أو كتب، وأبحاث أو مواقع الكترونية، ثم الملاحق وقد يكون فيها جداول إضافية ومعلومات، أو قوانين تفيد قارئ التقرير ولكنها ليست أساسية، لذا لم تضمَّن في التقرير نفسه.

إعداد التقرير في صورته النهائية

قبل تسليم التقرير أو رفعه للجهة ذات الاختصاص، عليك القيام بإعداد التقرير في شكله النهائي وذلك من خلال:

- **السلامة اللغوية:** لا باس من الاستعانة بمصحح لغوي للتأكد من أن التقرير سليماً من الأخطاء اللغوية بأشكالها كافة النحوية، والصياغية، والإملائية لأن الأخطاء قد تعكس المعنى، أو تخل بقدراته البلاغية والإقناعية، كما أن القارئ يأخذ انطباعاً سيئاً عن التقرير عند وروده بأخطاء لغوية.

- **الشكل والتصميم:** لابد من الاتفاق مع مصمم متمكن لتصميم وإخراج التقرير، فإذا كان لا يوجد بالمنشأة التي تعمل بها مصمماً جيداً، عليك الاستعانة بمصمم خارجي يساعدك في إظهار التقرير في شكل جذاب فالشكل لا يقل أهمية عن المضمون، والشكل يتعلق بكيفية تصميم الغلاف والصفحات الداخلية، ونوعية الورق والألوان المستخدمة كما يُعنى بكيفية عمل الجداول والرسوم البيانية المختلفة، كما يُعنى بكيفية ورود النص المكتوب مع أهمية صفه بشكل يناسب للعين وللقراءة المريحة من حيث نوعية الخط والبنط. وكما تحدثنا سابقاً فكن حذراً من:
  - طول الجمل والفقرات.
  - ازدحام الصفحة الواحدة وعدم ترك فراغات بيضاء.
  - الكتابة على خلفية تجعل من قراءة النص أمراً مزعجاً.
  - كثرة الألوان، خاصة في النص فاكتب دائماً بالأسود فهو رسمي وأكثر وضوحاً.
  - تطويل التقرير دون حاجة لذلك.

المراجعة النهائية

١- **مراجعة قبل تسليم التقرير للمطبعة:** قم بعد ذلك بالمراجعة النهائية قبل تسليم النسخة للمطبعة والتأكد من العناوين والنصوص وتحقيق الأهداف، وسلامة الجداول والرسوم البيانية وتوزيع النص على الصفحات، وترقيم الصفحات، والتوصيات، ووجود المراجع والملاحق حسب الترتيب الذي وضعته.

٢- **مراجعة النسخة الأولية من الطبعة في المطبعة**: والتأكد من أن كل شيء قد تمت طباعته كما تريد، عليك التأكد من الصفحات وترتيبها، وترتيب الجداول والرسوم، وكذلك الألوان.

الكتابة للإعلام الجديد
New media

عندما نتحدث عن الإعلام الجديد فنحن عادة نقصد الإعلام عبر الإنترنت وبذلك يدخل في السياق ما يسمى بالجيل الأول (الشبكة العنكبوتية ١) والذي كان يعتمد على إرسال المعلومات عبر تطوير البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت المختلفة، والصحف الإلكترونية، ومواقع الأخبار، وهو ما يسمى بإعلام الدفع. كما يشمل الجيل الثاني للإنترنت (الشبكة العنكبوتية ٢) والذي يتم التركيز فيه على التفاعلية وظهور ما يسمى الشبكات الاجتماعية Social Networks، أو الوسائل الإعلامية الاجتماعية Social media مثل الفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، المدونات، يوتيوب، الفلكر، والحياة الثانية Second life ... إلخ، وهو ما يسمى بإعلام السحب.

لاشك أن هناك قواعد ثابتة ينبغي دائماً الحفاظ عليها عند الكتابة بغض النظر عن الوسيلة مثل بعض القواعد الأساسية التي سبق الإشارة إليها في هذا الفصل، منها:

- تجنب الأخطاء اللغوية، والإملائية، وأخطاء بناء الجمل.
- تجنب الكلمات المستهلكة وكلمات المبالغة.
- قدر الإمكان استخدم الفعل المبني للمعلوم وابتعد عن الفعل المبني للمجهول.
- ركز على أن تكون الفقرة الواحدة معنية بفكرة أساسية واحدة فقط.
- تأكد من أن كل فقرة تلي الفقرة التي تسبقها بشكل منطقي.

- الاهتمـــام بالوضـــوح والدقـــة في كـــل مـــا يكتـــب (عـــايش، ٢٠٠٣؛ حجاب، ٢٠٠٨؛ Wilcox,2009). وهناك العديد من الأساسيات الأخرى التي وردت في صفحات هذا الفصل يمكن العودة لها مرة أخرى.

لكن ينبغي التأكيد على أن هناك قواعد كتابية خاصة بالوسائل الإعلامية الجديدة أو أنها أكثر أهمية في الاهتمام بها من الوسائل الإعلامية الأخرى وذلك نتيجة لطبيعة هذه الوسائل وما تحتمه على الكاتب والقارئ.

سنورد هنا بعضاً من هذه القواعد والأساسيات:

١- لابد أن يدرك الكاتب أن القراءة على شاشة الحاسب تختلف اختلافاً جذرياً عن القراءة من خلال المادة المطبوعة إذ تشير الدراسات الغربية كما يؤكد ولكوكس على أن القراءة على الشاشة الحاسوبية تستغرق ٥٠٪ زيادة في الوقت مقارنة بقراءة نص مطبوع، ولذا فإن ٧٩٪ من القراء على الشاشة يقومون بتصفح المادة وليس قراءتها كلمة كلمة (Wilcox,2010,P.310).

٢- على الكاتب أن يفرق بين نوعين من الكتابة، الكتابة الخطية Linear، والكتابة غير الخطية Nonlinear. بينما تعتمد الكتابة الخطية على أن القارئ سيقرأ المادة المكتوبة بشكل سطري من البداية وحتى النهاية كما هو العادة في الكتابة المطبوعة، تعتمد الكتابة غير الخطية على اختيار القارئ لأشياء معينة وقراءتها دون وجود تنظيم محدد وتعتمد في الغالب على اختيار القارئ قراءة ما يهمه بدرجة أولى.

لذا، ونتيجة لهذا فعلى الكاتب عند الكتابة للإعلام الجديد الانتباه للأساسيات التالية الإضافية.

- الكتابة للإعلام الجديد يفترض أن تكون أكثر إيجازاً بحيث تكون أقصر من مثيلتها على المطبوع بنسبة ٥٠٪ وهناك من يرى ألا تتجاوز الفقرة ثلاثة جمل والسطر الواحد عشرين كلمة.

- الكتابة على شكل موضوعات وعناصر قصيرة مستقلة وفي الوقت نفسه مترابطة مع بعضها.
- لا تجعل الشاشة مليئة بالكتابة لأن ذلك مدعاة لصرف النظر عن قراءة ما فيها.
- استخدم عناوين فرعية لكسر حدة طول النص.
- استعمل فراغات أكثر بين الفقرات.
- ابتعد عن الخلفيات التي تجعل القراءة صعبة.
- لا تستخدم كلمات مثل اليوم والأمس وغداً وبدلاً من ذلك استخدم اسم اليوم أو التاريخ.
- خصص لكل شاشة مفهوماً واحداً فقط خصص روابط للأفكار ذات العلاقة.
- اجعل النصوص شخصية أكثر وقريبة من الكلام الحادثي المباشر وجهاً لوجه.
- اجعل نصوصك على شكل نقاط فهي سهلة للتصفح وفي الوقت نفسه تجعل القارئ يستوعب ما كتب.
- لا تستخدم الحروف المائلة Italics والمظللة Bold كثيراً فهي فقط للتنبيه للشيء المهم جداً.
- لا تفرط في استخدام الروابط Hyperlinks مع النصوص لمجرد أنه يمكن لك أن تعمل ذلك فقط استخدمها إذا كانت لها ضرورة وقم بوضعها في نهاية الصفحة حتى تجعل المتصفح يتصفح الصفحة حتى النهاية دون أن تحيره بالمواصلة أو متابعة الروابط.
- لا تنقل حرفياً نصوصاً طباعية إلى الإنترنت إذ يؤكد الخبراء أنها لن تنجح في استقطاب انتباه المتصفحين لها، ولابد من إعادة الكتابة بما يتوافق والوسيلة، تحتاج هنا لروابط، جرافيكس، ورسوماً متحركة وفقرات قصيرة إلخ. (Wilcox,2010; Duhe,2007; Justin,2008; Kent,2008)

فيما يلي سنورد بشيء من التفصيل بعض المهارات الكتابية الأساسية لبعض من أهم وسائل الإعلام الجديد:

١- البريد الإلكتروني E-mail

أنشئ البريد الإلكتروني Electronic mail في عام ١٩٧١م، وتم إنشاؤه في الدول المتقدمة وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية مع نهاية الثمانينيات الميلادية وبداية التسعينيات من ا لقرن الماضي. أضحت استخداماته اليوم في كل مكان من العالم سواء عن طريق المنشآت والوزارات المختلفة أم عن طريق الأفراد.

تؤكد الدراسات التسويقية في الولايات المتحدة الأمريكية أن معدل البريد الخاص بالمنشآت الصادر والوارد للفرد الواحد ١٤٢ رسالة في عام ٢٠٠٧م، ويتوقع أن يصل المعدل إلى ٢٢٨ في العام ٢٠١٠م. وفي العام ٢٠٠٦م يقضي الموظف الأمريكي ٢٦٪ من وقته في البريد الإلكتروني، ويتوقعون أن يصل بنهاية ٢٠٠٩م إلى ٤١٪. وتؤكد بعض الدراسات الأخرى أن الموظف الأمريكي يرجع للإيميل الإلكتروني يومياً ٥٠ مرة، وللماسنجر ٧٧ مرة وهذا بالطبع يعني تقطع العمل اليومي وبالتالي ضعف الإنتاجية (Wilcox,2009,P.387).

إن الإنسان أصبح يعيش في بيئة الكترونية مزدحمة بالرسائل والاتصالات اليومية فالرسائل البريدية تصل إليه من كل حدب وصوب من البريد الإلكتروني، والماسنجر، والشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك Facebook، وماي سبيس، والتوتر، والمدونات إلخ. وكذلك رسائل الجوال ويتوقع أن يستمر ذلك في الازدياد وهي ليست فقط رسائل من أصدقاء لك ولكنها تأتيك من شركات، ومدارس، وجامعات، ووكالات سفر وسياحة، ولأغراض شتى منها: التسويق، والبيع، والصداقة، والأخبار إلى آخره. ومن هنا فإن الإنسان أصبح لا يملك الوقت لقراءة كل شيء وسيزداد الأمر سوءاً خلال السنوات القادمة، ومن هنا ينبغي على المرسل لهذه

الرسائل أن يصوغ رسائله بشكل يجذب المرسل إليه لمطالعتها وقراءة ما فيها، خاصة إذا كنت مسؤولاً في العلاقات العامة في منشأة ما.

ولاشك أن للبريد الإلكتروني مزايا عديدة تجعل من استخدامه ضرورة للمنشآت منها: قدرته على تسهيل عملية إيصال الرسائل وتوزيعها بسرعة كبيرة على الموظفين، وتخفيض تكلفة الموظف الاتصالية تقريباً إلى الصفر، وتسريع اتخاذ القرارات... إلخ.

فيما يلي بعض الإرشادات التي ينبغي الاهتمام بها أثناء كتابتك للرسائل البريدية الإلكترونية:

- اكتب بشكل غير رسمي لكن اهتم بالأسلوب والجوهر مثل: القواعد، وعلامات الترقيم، والإملاء، وبناء الجملة بشكل صحيح، واجعل ما تكتب يمثل أفضل ما يمكن قوله.
- اكتب بلغة إعلامية بسيطة قدر الإمكان، واجعل الفقرات قصيرة.
- أرسل رسائلك للأشخاص المهمين من ذوي العلاقة بالرسالة لا ترسل دائماً لجميع القائمة لديك "Reply to all".
- راجع النص جيداً قبل إرساله وتأكد من ذلك بشكل واضح.
- تأكد من أنك ترسل لمن تريد الإرسال إليه، وليس لشخص آخر.
- تذكر أن البريد الإلكتروني لا يقوم مقام المحادثة المباشرة، ولا يحل محل المكالمة التلفونية لكنه يسهم بفاعلية في الحفاظ على العلاقات الشخصية والتواصل.
- حاول الرد على الأصدقاء، وكذلك البريد الذي يحتاج منك رداً في وقت معقول ولا تسوِّف أبداً وحاول تخصيص وقت محدد لذلك.
- اكتب الفكرة الرئيسة مباشرة ولا تحاول أن تبدأ بمقدمات.

- فكر في الرسالة الإلكترونية مثل الملحوظة اجعلها قصيرة، يفضل الخبراء ألا يزيد البريد عن شاشة واحدة، ويفضل أن تكتب فقط في نصف الشاشة على شكل عامود صحفي لأنه أفضل للقراءة.

وينصح الخبراء أيضاً بتجنب ما يلي:

- احذر أن تكتب شيئاً يجعلك في حالة حرج لو أن صديقك أو الشخص المرسل إليه، قرر أن يرسلها لعدة أشخاص آخرين.
- لا تعتقد أن البريد الإلكتروني آمن أبداً فإن ما تقوم بكتابته حتى لو لم ترسله، أو قمت بمسحه، يمكن أن يتم الاطلاع عليه من قبل إدارة الشركة. يعطي القانون للإدارات الحق في الاطلاع على بريدك الإلكتروني وقراءته وهناك العديد من الموظفين من تم فصلهم نتيجة لرسائل بريدية قاموا بإرسالها وفيها إشارات عنصرية، أو كلمات مسيئة لأحد في الشركة. بل إن بل جيتس Gates نفسه عانى من ذلك إذ أوضح محامي وزارة العدل الأمريكية أن جيتس حنث بقسمه وإنهم استطاعوا الاطلاع على رسائل قام بمسحها. (Wilcox,2009.P.390).
- لا تترك رسالتك دون عنوان جذاب تستطيع أن تستقطب انتباه من ترسل إليه الرسالة من بين عشرات وربما مئات الرسائل.
- لا تكتب الرسالة الإلكترونية وتوجهها بالطريقة نفسها التي تكتب بها الرسائل العادية لأن الرسمية فيها أقل.
- لا تستخدم الخلفيات والألوان بكثيرة، خاصة في الرسائل لغير الأصدقاء.
- إن كنت رجل علاقات عامة، أو مسؤول تسويق، أو حتى تريد أن ترسل لصديق مهم لك لا تجعله يرى أن رسالتك مرسلة للجميع اجعله يشعر بأنه خاص وأن الرسالة له فقط. مثلاً: افترض أن صديقاً أرسل لك رسالة تهنئة بالعيد على الجوال عامة، وآخر أرسل لك رسالة باسمك هل تشعر بالشيء نفسه؟.

٢- المدونات Blogs

وترجع نشأتها إلى العام ١٩٩٨م ووصل عددها في ٢٠٠٧م ، إلى ١١٢ مليون مدونة وبمعدل ١٢٠,٠٠٠ مدونة جديدة يومياً، ظل معظمها دون جماهيرية تذكر لكن استطاع البعض منها كسب ثقة الجماهير وأصبحت تحظى بمتابعة الملايين (Wilcox,2010,P.326). وأضحت اليوم من أكثر الوسائل الاجتماعية انتشاراً على الشبكة العنكبوتية. وكانت تسمى في البداية مدونات الشبكة العنكبوتية Weblogs لكن تم اختصارها فيما بعد إلى مدونات Blogs. معظم المدونات فردية أنشأها أصحابها من أجل نشر يومياتهم، وآرائهم الشخصية، أصبحت الآن تستخدم عن طريق أقسام العلاقات العامة في المنشآت المختلفة وذلك لقدرتها للوصول إلى جماهير واسعة بتكاليف زهيدة.

وتكمن في المدونات خصائص عديدة تحدث عنها الكثير من المتخصصين منها:

- أي شخص يمكنه إنشاء مدونة خاصة به، وهي مثالية ليس فقط للأفراد ولكن للمنشآت الكبير منها والصغيرة.
- إنها تقريباً لا تكلف شيئاً.
- إن طبيعة الكتابة فيها غير رسمية وهذا ما يعطي رجال العلاقات العامة الفرصة في الوصول للجماهير المستهدفة بشكل ودي ولغة شخصية لا تتوفر في الوسائل الإعلامية التقليدية.
- إنها وسيلة مباشرة لا تتعرض لحراس البوابة فمن رجال العلاقات العامة إلى الجماهير المستهدفة مباشرة.
- يمكن للمنشأة جمع المعلومات بيسر من آلاف المدونات في نفس الوقت ومعرفة انطباع الجماهير حولها.
- يمكن تغيير وتجديد المعلومات بشكل مباشر.

- تستطيع الجماهير كتابة آرائها ومقترحاتها عليها مباشرة.
- يمكن ربطها بمدونات ومواقع إنترنت أخرى بكل يسر وسهولة. (Wilcox,2010,P.326).

يقدم الكاتب المعروف في صحيفةChristian science Monitor بعض المقترحات للكتابة في المدونات منها:

- **اكتب يومياً**: لأن الجماهير تتابع من يقدم المعلومات بشكل مستمر وليس كل فترة وأخرى وبشكل متباعد.
- **فكر في الموضوعات والجماهير**: اختر موضوعات تجذب أعداداً كبيرة من الناس، أشياءك الشخصية لا تجذب كثيراً إلا إذا كنت نجماً معروفاً.
- **اجعل المداخل سهلة**: بحيث يمكن الوصول إليها بسهول وقراءتها بيسر أيضاً.
- **اهتم بقواعد وأساسيات اللغة**: ينبغي أن تكون لغة المدونة غير رسمية وسهلة تميل كثيراً إلى لغة الحديث مع احتفاظها قدر الإمكان بصحة اللغة وبعدها عن الأخطاء الإملائية والنحوية.
- **اهتم بالروابط**: لابد من ربط المدونة بالعديد من الروابط الأخرى التي تجذب الجماهير مثل: القصص، والأخبار، ومواقع الإنترنت المهمة.
- **اهتم بالإعلان عن مدونتك**: وذلك من خلال عرضها عبر المواقع المهمة التي يتابعها الجمهور.

٣- الفيس بوك Facebook

على مستوى العالم، يعد الفيس بوك وماي سبيس Myspace من أكثر الشبكات الاجتماعية انتشاراً خاصة بين الشباب والفتيات. توقع أحد الخبراء أنه في عام ٢٠٠٨م سوف يكون معدل انضمام الشباب والفتيات في الولايات المتحدة الأمريكية لهذين الموقعين بمعدل ٥٠٠.٠٠٠ شخص يومياً. وتفيد الإحصاءات أن ٧٠٪ من الأمريكيين في

العمر ما بين ١٥ و٣٤ سنة نشطون في استخدام الشبكات الاجتماعية، أنه بعد إرسال واستلام البريد الإلكتروني فإن الشبكات الاجتماعية هي الأكثر استخداماً بين طلاب وطالبات الجامعات، وتشير الإحصاءات إلى أن الفيس بوك يعد الأكثر تفضيلاً بين طلاب وطالبات الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية في العامين ٢٠٠٧ و٢٠٠٨م وهو ما ينطبق الآن على الشباب والفتيات في معظم دول العالم، ففي دراسة لعام ٢٠٠٨م وجدوا أن ٧٦ مليوناً من الأمريكيين نشطاء في استخدام الفيس بوك وأكثر من ٥٠٪ منهم يقضون ٢٠ دقيقة يومياً في متابعته، وتفيد الدراسات على وجود ارتباط بين الفيس بوك والقيام بالأعمال الاجتماعية، والسياسية، والخدمية، إضافة إلى تكوين الأصدقاء وهذا ليس فقط عبر الواقع الافتراضي Online ولكن حتى عبر الواقع الحقيقي المعاش (Facebook, 2008; Dark, Kee, and Va Lenzuela,2009 Offline).

إن انتشار الفيس بوك على وجه الخصوص يعد اليوم الأكثر من بين بقية الشبكات الاجتماعية في العالم أجمع، خاصة بين الشباب والفتيات، وتشير إحصاءات العام ٢٠١٠م إلى أن عدد مستخدميه الآن تجاوز ٥٠٠ مليون مستخدم في غضون ست سنوات منذ انطلاقه في العام ٢٠٠٤م وتؤكد الإحصاءات على أن الولايات المتحدة الأمريكية تأتي في المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين بما يقارب ١٢٦ مليون، ثم المملكة المتحدة بحوالي ٢٧ مليون، ثم أندونيسيا بما يقارب ٢٦ مليوناً (News.bbc.co.uk,2010) وتأتي السعودية في العالم العربي في المركز الثاني بعد مصر حيث يبلغ المشتركون أكثر من مليوني مشترك، ٦٧٪ ذكور و٣٣٪ إناث (الرياض، أغسطس، ٢٠١٠). لذا بدأت المنشآت التجارية العالمية تهتم بإنشاء مواقعها على الفيس بوك إذ أن لديه القدرة على خلق الوعي بالمنتج، والحصول على ردات فعل الجمهور واقتراحاته، بالإضافة لخلق الولاء للسلعة.

لابد هنا الاهتمام بالمهارات الكتابية اللازمة لمثل هذه المواقع مثل :

- الأسلوب الفكاهي في الكتابة.
- وجود مقاطع فيديو.
- وجود مقاطع وطلبات موسيقية.
- مسابقات.
- المشاركات الجماهيرية.

بدأت بعض الشركات في استخدام الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء ودعوتهم للمشاركة في حفل أو لقاء، واستخدام خرائط الفيس بوك لإرشاد المدعوين في كيفية الوصول للمكان المقترح. (Wilcox,2010,P.334).

ما تم قوله عن الكتابة في البريد الإلكتروني ينطبق هنا فاللغة حتى وإن كانت أقرب إلى لغة المحادثات ينبغي ألا تحتوي أخطاءً في الإملاء والنحو والتركيب ولعل المتابع للفيس بوك بالصفحات العربية يجد انتشار اللغة العامية مخلوطة باللغة الإنجليزية وبطرق ركيكة في الصياغة والطباعة والإملاء (الحربي، ٢٠١٠).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: بين كيف تعزز من قدراتك الكتابية؟

الإجابة

السؤال الثاني: تحدث عن الأساليب الكتابية؟

الإجابة

السؤال الثالث: كيف يختلف الخطاب عبر البريد الإلكتروني عن الخطاب العادي؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

يُطلب من المتدربين والمتدربات إعداد تقرير عن موضوع معين حسب تخصصاتهم مع مراعاة ما تم تقديمه في الكتاب.

تدريب (٢)

اجمع بعض الأخبار الصحفية ثم ادرسها بعناية وأعد كتابتها آخذاً في الاعتبار ما يلي:

- حذف الجمل الزائدة.
- التدقيق اللغوي
- الفصل بين الحقائق والآراء
- الإيجاز
- الموضوعية
- الجمل القصيرة
- الفعل المبني للمعلوم

تدريب (٣)

اكتب مقالة، أو خبراً، أو تعليقاً في حدود نصف صفحة وحاول أن تستخدم أكبر قدر من الحواس؟

الفصل السابع

مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور

Public Communication Skills

• النص (الرسالة) • تقنيات أجهزة العرض المساندة • مكونات الرسالة أو النص • الجمهور • التعرف على نوع الجمهور الذي سوف يحضر لقاءك • المتحدث • نماذج أساليب الإلقاء • قائمة بما ينبغي للمتحدث عمله

تمهيد

يعد الوقوف أمام الجمهور من أكثر الأمور حساسية، بل أنه يعد أكثر شيء يقلق الإنسان في حياته حسب بعض الدراسات. يولد مع الإنسان الخوف من السقوط، وكذلك الخوف من الأصوات العالية، لكن يتعلم الإنسان مع الوقت الخوف من لقاء الناس والإلقاء بين جموعهم وهي حالة شعورية يستطيع الإنسان مع شيء من التدريب أن يتخلص من جانبها المرضي ويبقى الخوف الطبيعي أو لعله القلق الذي ينتاب الإنسان حتى المتمرس في هذا الميدان، ويزول بعد ثوان معدودة من مواجهة الجمهور (Mortensen, 2008,P. 209).

في هذا الفصل سنتناول مهارات فن الإلقاء والخطابة التي ينبغي أن يتسلح بها الفرد في حالة تقديم كلمة أو محاضرة أمام جماهير حاشدة. وتتمركز المهارات حول :

- المتحدث أو الملقي (الخطيب)
- الجمهور
- الرسالة أو النص

سنتحدث هنا أولاً عن النص ومكوناته ، ثم نتحدث ثانياً عن الجمهور ، وأخيراً سوف نتحدث عن المتحدث وأهم خصائصه وكيفية تقديمه للنص الخطابي.

النص (الرسالة)

تتكون الرسالة ، أياً كانت من ثلاثة أجزاء رئيسة هي : المقدمة ونص الموضوع والخاتمة ، وكل جزء منها يعد أساسياً في إيصال الرسالة للجمهور المستهدف وله أدواره التي لا تقل أهمية عن الجزء الآخر.

وقبل أن تكتب الرسالة ينبغي أن تقوم بالتالي :

- تحديد الهدف من لقائك وبالتالي تحديد الهدف الاتصالي للرسالة ، وهل هذه الرسالة إقناعية ، أم معرفية إخبارية ، أم تساؤلية... إلخ. وعادة تتراوح أهداف اللقاءات بشكل عام ما بين الإخبار والإقناع.
- مسح شامل للدراسات والأبحاث ، والندوات ، والكلمات واللقاءات التي تمت مؤخراً عن هذا الموضوع ، والإطلاع عليها ومعرفة تفاصيلها وأهم ما تناولته من قضايا وموضوعات فرعية ذات علاقة ، والتعرف أيضاً على الجدليات المثارة ، والحجج والبراهين المستخدمة. ويمكن لك الإطلاع أيضاً على المناقشات التي دارت في هذه اللقاءات ، وذلك بالرجوع لمداولات مثل هذه اللقاءات والتي إما أن تكون

مطبوعة ورقياً، أو محفوظة على إحدى وسائل التقنية الحديثة من انترنت وأسطوانات مضغوطة... إلخ.

- يفضل أيضاً أن تبحث عن بعض اللقاءات المصورة ذات العلاقة، وترى كيف قدّم المتحدث الموضوع وما هي حججه وأساليبه واستمالاته، وكيف تفاعل الجمهور معه وكيف تجاوب وما نوع الجمهور الحاضر؟، وهل كان مؤيداً له؟، أم عدائياً؟، أم غير مبالٍ؟، وكيف تفاعل هو مع هذا الجمهور؟، وكيف أجاب على الأسئلة؟.
- بعد هذا المسح العام والإطلاع، وبعد معرفتك أيضاً بالجمهور، قم بصياغة الأفكار الرئيسة للموضوع.

تقنيات أجهزة العرض المساندة

يُعنى رجال الاتصال والإقناع باستخدام وسائل أجهزة بصرية مساندة لكلماتهم وأحاديثهم وهي وسائل متى ما استخدمت بطريقة سليمة تساعد في جذب انتباه الجمهور، وتقلل ملله ولكن استخدام هذه التقنيات يستلزم احتياطات مهمة:

- ينبغي أن تكون أنت المتحدث الرئيس وليس الشخص المساند، ولعل هذا ما نلاحظه في كثير من العروض المستخدمة تقنية العرض المرئي Powerpoint إذ تقوم هذه التقنية بالدور الأساس ويقوم المتحدث بقراءة النص.
- ينصح إذا كان الوقت المحدد لمحاضرتك قليل، عدم استخدام البوربوينت، (Mortensen,2008,P.215). لكن يمكن أن تستخدم بعض الأدوات الأخرى مثل: الرسوم البيانية، والصور، ومقاطع الفيديو، والمقاطع الفيلمية القصيرة التي لا تتجاوز الثواني. أو أي أجهزة أخرى بصرية أو سمعية أو أي حواس أخرى ذات علاقة.

- يرى مورتنسن أنه كلما قل الوقت المخصص لإلقائك، قل عدد الأجهزة المستخدمة، وقل الوقت المخصص لها. (Mortensen, 2008, P. 216).
- عند استخدامك للعرض المرئي Powerpoint، لا تكثر الكلمات، ولا الأسطر، إذ أن المطلوب ليس كتابة كل شيء ثم تقوم بقراءته وإنما كتابة الخطوط العريضة التي تساندك في الإلقاء. يفضل بعض علماء الاتصال أن تكون الأسطر في حدود ٦ أسطر في الشريحة الواحدة، وبكلمات قليلة لا تزيد عن ٦ كلمات وفق قاعدة 6x6 (الصاعدي، ٢٠٠٧، ص١٩٨).
- ويؤكد مورتنسن على أن الكثير من الجماهير في الولايات المتحدة الأمريكية تكره اليوم استخدامات العرض المرئي لأسباب عديدة منها: أن المتحدثين أصبحوا يقرؤون ما يكتب ويظهر على الشاشة، ولأنها تتضمن معلومات كثيرة لا يستطيع المتلقي استيعابها وفهمها في وقت قصير. (Mortensen, 2008, P. 215).

مكونات الرسالة أو النص

أولاً: المقدمة

يعد هذا الجزء الأساس الذي من خلاله تستطيع أن تجذب الجمهور لسماعك أو تجعله ينصرف ذهنياً عنك فالمقدمة جزء بسيط من الإلقاء ربما لا يتجاوز ١٠٪ فقط، لكنه يحمل في ثناياه الكثير من المعلومات والمعطيات التي يجب أن تصاغ في شكل جذاب. لذا، لابد من الانتباه لما يلي:

- اجعل استهلالك للموضوع شاداً للانتباه، وذلك إما عن طريق طرح سؤال مهم يختص بالموضوع ويلخصه، أو البدء بقول مأثور، أو قصة غريبة، أو ذكر قصة شخصية حدثت لك في الموضوع نفسه، أو مشاركة الجمهور في اقتباس من شخصية مشهورة، أو طرح أرقام إحصائية. لو كان موضوعك مثلاً عن انتشار

القنوات الفضائية، وتعرف أن الجمهور الحاضر في غالبيته من أولياء الأمور الذين يشتكون من هذه القنوات وتأثيرها على أطفالهم ويبحثون عن إيجاد طرق للحد من تأثيراتها عليهم. فيمكن أن تبدأ مثلاً بطرح سؤال عن عدد القنوات التلفزيونية الفضائية التي يمكن التقاطها هنا اليوم، وعن عدد الدول التي تتبع لها هذه القنوات؟، أو أن تبدأ بإعطاء أرقام إحصائية مذهلة عن أعداد هذه القنوات الفضائية، وميزانياتها، والدول التي تبث منها، وهكذا.

- حدد أهمية الموضوع بالنسبة للجمهور، ماذا يعني له هذا الموضوع؟، كيف يرتبط به؟، ما أهمية حديثه لهم؟، وما الفائدة التي ستعود عليهم؟. في موضوع الفضائيات – على سبيل المثال – يمكن أن تبين أنك تتحدث عن بعض إستراتيجيات هذه القنوات في التأثير على الجمهور وخاصة الأطفال، وأنك ستقدم بعض الطرق الكفيلة بالحد من تأثيراتها على الأطفال والدور الذي يمكن للوالدين القيام به في سبيل ذلك.
- إذا كانت رؤيتك مختلفة عن وجهة نظر الجمهور، فحاول أن تبين منذ البداية أنك ستنظر للموقف من زواياه المختلفة وأنك تتلاقى مع الجمهور في نقاط معينة وتختلف معه في أخرى. في موضوع الفضائيات، يمكنك أن تبين مثلاً أنك تتفق مع الجمهور في أن للفضائيات سلبيات كثيرة وتأثيرات على الأطفال، لكن ترى أيضاً أنه يمكن الإفادة منها في أشياء كثيرة.
- يمكن في بعض الحالات من استخدام "النكتة" أو الفكاهة، وإن كنت شخصياً أرى أنها خطرة جداً ولابد للمتحدث من الانتباه قبل قولها لعدة أشياء:
  - أن تكون مرتبطة بالموضوع وذات علاقة وطيدة به.
  - ألا تحتوي شيئاً من الاستهزاء أو التحيز أو العنصرية ضد أحد؛ لأن ذلك مدعاة لغضب الجمهور واتخاذه موقفاً سلبياً من المتحدث، وربما تشكل مشكلة

كبيرة تنهي المناسبة كلها إذا كانت مثل هذه الفكاهة تمس أحداً من الجمهور الحاضر.

ثانياً: النص

يشكل ما يوازي ٧٥- ٨٠٪ من الوقت المحدد للإلقاء، وينبغي أن يقوم المقدم بتحديد النقاط أو الأفكار الرئيسة في الموضوع، ثم الحديث عنها بالتفصيل ضارباً بالأمثلة والإحصاءات، ومضمنها الاقتباسات من الخبراء والمشهورين في الموضوع، والاستمالات المنطقية والعاطفية.

يعتمد في عدد الأفكار الرئيسة على الموضوع المطروح، والوقت المحدد للمتحدث، فقد يكون الوقت قصيراً ولا يستطيع المتحدث أن يتجاوز ثلاث أفكار، وقد يتجاوز ذلك العدد كثيراً إذا كان الوقت طويلاً. مع ملاحظة ألا يكون الوقت المحدد طويلاً لدرجة الملل. تذكر عند كتابتك للنص كلمة TESS باللغة الإنجليزية وتمثل بداية الكلمات التالية:

- **الشهادة Testimonials**: وقد تكون منك شخصياً، أو من طرف ثالث، ويفضل استخدامها في حالة كون مصداقيتك متدنية.
- **الأمثلة Examples**: وتفيد في شرح الحقائق، والجمل التي تذكرها، ويمكن أن تأخذ هذه الأمثلة من تجاربك الشخصية، أو من بحوث سابقة.
- **الإحصاء Statistics**: احرص على أن تكون إحصاءاتك من مصادر موثوقة ومعروفة، واعمل على شرحها للجمهور.
- **القصص Stories**: وتفيد في جذب الجمهور لحديثك ومتابعته مع فهم المقصود بشكل أكبر.

ويرى مورتنسن أن نسبة استخدام كل نقطة من النقاط السابقة، يعتمد على طبيعة الجمهور ونوعية الموضوع، ولكن بصفة عامة فإن نسبة الاستخدام تمثل فيها ذكر

القصص ٤٧٪، وضرب الأمثلة ٢٣٪، و١٨٪ للإحصاء، و١٢٪ للشهادة (Mortensen,2008,PP.221-222).

ويؤكد مورتنسن أيضاً أنه ليس مهماً ما تقوله فقط ولكن كيف تقول ذلك، فرجل الأعمال بدلاً من أن يقول عن سلعته الصينية الصنع رخيصة يقول اقتصادية، وكذلك نرى شركات الطيران يسمون الدرجة الثالثة في الطائرة مسميات السياحية، وأخرى الاقتصادية، وثالثة درجة الضيافة وهكذا، وذلك من أجل تحسين وضع مسمى هذه الدرجة للناس. ونرى ذلك يطبق على بعض الأعمال والوظائف فلا يقال عمّن يقوم بالتخديم على الناس في الطائرة خادم أو خادمة ولكن يطلق عليهما: مضيف أو مضيفة. ويجب الاهتمام أيضاً باللغة الحية النشطة التي تثير أكثر من حاسة لدى الإنسان، مثلاً انظر وتأمل هذه الكلمات: في يوم صيفي حار لسعتك أشعة الشمس وأنت خارج من مكتبك لسيارتك الواقعة دون مظلة، دخلت السيارة وكأنها فرن كل شيء فيها تحسه مثل النار، أبواب السيارة ملتهبة، وكذلك دريكسون السيارة ...إلخ. أشعلت مكيف السيارة فهبت في وجهك ريح حارة قبل أن تبدأ البرودة تنساب إليك لترفرف غترتك مترقرقة في الهواء البارد. عندما وصلت البيت سارعت إلى الثلاجة وفتحت بابها وأخذت مجموعة من حبات الليمون الأخضر الطازج - ليمون زهير الذي يمتاز بالرائحة الزكية النفاذة - لمست حباته وإذا هي مليئة بالماء فأخذت سكيناً حاداً وقطعت الليمون وبدأت عصره في كأس من الماء البارد وتناولتها لتطفئ ظمأك الذي أحسست به منذ طلوعك السيارة. وبعد شربك الكأس، أخذت نصف واحدة من الليمون ووضعتها في فيك حيث انساب عصير الليمونة الحامض بين أسنانك ولسانك لتحس بمزيد من الانتعاش وتقضي على الخمول الذي انتابك.

إن اللغة السابقة تجعلك ليس فقط تسمع الكلمات ولكنك تنظر وتشم، وتلمس، وتتذوق، وتحس، وهذه ميزة اللغة النشطة التي تستخدم أكبر عدد ممكن من الحواس.

ويورد صويص وصويص (٢٠٠٨، ص ص٧٣- ٧٤) بعض الإضافات مثل: أهمية إشراك الجمهور معك عن طريق أسئلتك المباشرة لهم، ولضمان الانتقال بيسر يطالبان باستخدام العبارات الانتقالية، وذلك للانتقال والتحول من المقدمة إلى النص للخاتمة وذلك باستخدام عبارات مثل: دعونا ننتقل إلى، والآن حان وجاء دور كذا.. وهكذا.

ثالثاً: الخاتمة

إن الهدف من الخاتمة هو أن تجعل حديثك شيئاً لا ينسى. لذا، يرى مورتنسن أن الخاتمة يجب ألاّ تتجاوز ٥٪ من الوقت المخصص للحديث، وأنها ينبغي أن تكون مختصرة، وواضحة، ودقيقة. (Mortensen, 2008, PP.221-222)

ينبغي أن تتدرب على النهاية أو الخاتمة وأن تتأكد من أنها تركز على أهم ما في الحديث من نقاط رئيسة يهمك أن يعيها الجمهور ويدركها، مثل: الاستنتاجات والمقترحات وما يمكن للجمهور القيام به أو عمله تجاه الموضوع المطروح.

الجمهور

لا يدلف الجمهور لمحاضرة أو عرض ما دون أن يكون لديه اهتمامات خاصة، وأهداف واضحة من ذهابه هناك فقد يذهب الجمهور ويحضر كلمة ما لأهداف سياسية، أو تثقيفية، أو معرفية، أو فكاهية، أو إقناعية. لذا، فهو يتوقع من المتحدث حصوله على إشباعات معينة عليه أن يشبعها له بشكل صحيح.

وعليك قبل إعداد حديثك الذي تلقيه أمام هذا الجمهور أن تحدد طبيعته، وماهيته، ونوعيته، ورغباته، ومستواه المعرفي الخاص بموضوع اللقاء، وتوجهاته نحو الموضوع ونحوك لذا، عليك عمل الآتي:

تحليل الجمهور المتوقع حضوره للقاء: تحليل الجمهور يشمل عدة أمور أساسية هي:

خصائصه الديموغرافية: والتي تشمل العمر، والنوع، والمستوى التعليمي، والمستوى المعيشي، وطبيعة العمل، والحالة الاجتماعية، ومكان العمل والإقامة.

وتأكد أن لكل عنصر من هذه العناصر تأثيره على الجمهور، فالجمهور الذي يتكون غالبيته من الشباب، غير ذلك الجمهور الذي يتكون من كبار في السن والمقام، والجمهور صاحب المستوى التعليمي العالي، غير الجمهور متدني التعليم أو عديمه، والإناث غير الذكور، فلكل نوع من هذه الأنواع خصائصه التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار فبينما، على سبيل المثال، يهتم صاحب التعليم العالي بالأدلة المنطقية والإحصاءات، وآراء الخبراء المختصين، يهتم غير المتعلم بالاستمالات العاطفية والتجارب الشخصية، والقصص، وبينما تتأثر المرأة أكثر بالاستمالات العاطفية، يتأثر الرجل بالاستمالات المنطقية... وهكذا.

باختصار، فإن معرفتك لخصائص جمهور اللقاء الديمواغرافية، سيساعدك في كتابة الرسالة بما يناسبهم، وبما يحقق التأثير المطلوب، وباللغة التي يفضلونها.

خصائصه المعرفية والنفسية: من الأمور المهمة للمتحدث أن يتعرف على خصائص الجمهور المعرفية الخاصة بموضوع لقائه وتوجهاتهم النفسية والموقفية حيال الموضوع المراد الحديث حوله. إذ لابد لك أن تعرف التالي:

- فكرة الجمهور عن الموضوع، ومدى معرفته به.
- توجه الجمهور حيال الموضوع، وما توجهاته المؤيدة، والمعارضة، وتلك التي دون توجه محدد.
- ما أهداف الجمهور؟ ورغباته وأحلامه؟
- ماذا يريد هذا الجمهور من الحضور لك؟
- مدى معرفتهم بك وبعلاقتك بالموضوع؟

التعرف على نوع الجمهور الذي سوف يحضر لقاءك

على رجل الإقناع والخطابة، الاهتمام بجماهيره، وتطويع نفسه لكيفية التعامل مع الأنواع المختلفة للجماهير والذين يتكونون من عدة أنواع وأجناس. فيما يلي أهم أنواع الجماهير كما يذكرها مورتنسن:

النوع الأول: الجمهور العدائي Hostile person: وهذا النوع من الجماهير يعارضك على الملأ، وربما يعمل بنشاط ضدك بل إنه ربما يتحفز ليفسد عليك كلمتك وليبدأ معك جدلاً ينهي فيه موضوع حديثك.

عندما تواجه مثل هذا النوع من الجمهور عليك أن:

- تحاول أن تجد شيئاً توافقهم عليه.
- لا تبدأ عرضك أو كلمتك بمهاجمة موقف هذا الشخص أو هؤلاء الأشخاص.
- ركز على مصداقيتك.
- بين لهم أنك عملت واجبك بشكل صحيح.
- احترم شعورهم، وقيمهم، ومعتقداتهم.
- اسمعهم وأنصت لهم جيداً.

النوع الثاني: الجمهور غير المبالي Indifferent person: هذا النوع من الجمهور يفهم الموضوع المطروح، ولكنه لا يهتم بالنتائج فهي بالنسبة له غير مهمة وحتى تستطيع أن تقنع مثل هذه النوعية من الجمهور عليك بالتالي:

- ربطه بالموضوع ونتائجه وكيف تنعكس عليه هو شخصياً ذلك أن كثيراً من الجمهور يقف موقف المتفرج غير المبالي عندما يشعر أن الموضوع غير ذي التصاق به، وضّح له كيف يمكن أن ينعكس ذلك عليه.
- حاول أن تجذب انتباه هذا الجمهور إليك من خلال القصص الجذابة.
- اجعله يشعر أنه مرتبط بهذا الموضوع.

- استخدم الإلهام وبث روح الإثارة.
- ابتعد عن البراهين والمناقشات صعبة الفهم.

النوع الثالث: الجمهور غير الفاهم للموضوع: يفتقد الجمهور للمعلومات الأساسية عن الموضوع ليقتنع به. وعليك هنا بصفتك أخصائي الإقناع عمل التالي:

- شجع طرح الأسئلة والاستفسارات.
- وضح الحقائق بشكل واضح لا لُبس فيه.
- اجعل رسالتك مشوقة، وحافظ على انتباههم.
- استخدم الأمثلة، والإحصاءات البسيطة.
- اقتبس من الخبراء المختصين الذين يحبهم هذا الجمهور ويثق فيهم.
- تأكد من أنهم يفهمون ما تقول.

النوع الرابع: الجمهور المؤيد والمساند: يوافقك هذا الجمهور الرأي في القضية أو الموضوع مجال النقاش ويساندك في رؤاك. وقد تحتاج هنا أن يتحول هذا الجمهور من المساند والمؤيد لك وهو في مكانه إلى جمهور نشط يتخذ القرارات والأفعال. ولعلنا نجد أن الجماهير العربية تعد من هذا النوع من الجماهير في الكثير من الموضوعات. لتحويله لجمهور نشط عليك بالتالي:

- حاول أن تزيد من طاقتهم وحيويتهم تجاه الموضوع، وبث روح الحماس فيهم.
- اغرس كيفية مواجهة الرأي الآخر المخالف فيهم وذلك عن طريق تحصينهم Inoculation بمعرفة بعض ما يثار من مواقف معارضة وكيف يمكن تفنيدها.
- ساعدهم في أن يتخذوا مواقف حركية تأييدية لمواقفك في الموضوع.
- عزز من اعتزازهم بأنفسهم.
- استخدم الشهادات Testimonials وخاصة للمشاهير.
- احصل على تعهداتهم ووعودهم لك.

المتحدث

قبل الحديث عن أهم الصفات والسمات التي يجب أن يتميز بها المتحدث، سوف نلقي الضوء على بعض أهم المشكلات التي يعاني منها بعض الخطباء وأخصائيي الإقناع عند إلقائهم كلماتهم ومحاضراتهم، وهي كما قدمها مورتنسن Mortensen، وكذلك بعض علماء الإقناع والاتصال. (صويص وصويص، ٢٠٠٨؛ Mortensen, 2008, PP.207-208). تشمل التالي:

- **التحدث على وتيرة واحدة**: انظر مثلاً كيف يتحدث بعض الآسيويين اللغة الإنجليزية أليس التحدث بمثل هذه الطريقة ممل جداً وجالب للنعاس ناهيك عن عدم الفهم.
- **تجنب النظر بالعين**: يقولون في الأحاديث الشعبية "حط عينك في عيني" خاصة عندما يتحدث أحد الوالدين لابنه أو لابنته شاكاً في عدم صدقه أو صدقها. فوضع العين في العين يساعد في كشف الكلام الصحيح من الكذب، كما أن عدم النظر للمتحدَّث إليهم يعطي انطباعاً على عدم الاهتمام بهم وعدم مخاطبة كل فرد بذاته.
- **استخدام المهمهات "أم، ووو، أها"**: يكثر بعض المتحدثين من استخدام هذه الحروف، مما يؤدي إلى تململ المتلقي والشعور أن المتحدث غير ملم بموضوعه، ولهذا فهو يتردد في قول الكلمات والجمل بشكل متواصل دون تقطع.
- **التصرفات المزعجة والمملة**: بعض المتحدثين تكثر لديه التصرفات المزعجة والعصبية والحركات التي تجعل المتلقي يصبح غير قادر على الإنصات له بشكل أطول.
- **التسميع**: يقف بعض المتحدثين ويلقي كلمته وكأنه يسمّع مادة قد حفظها عن ظهر قلب لذا، فهو لا يتوقف، ولا ينظر للجمهور ويتساءل ولكنه في حالة تركيز على قول ما قام بحفظه.

- **السرعة في الحديث**: يظهر المتحدث وكأنه مطارد فهو يتحدث بسرعة مما يجعل المتلقي يجد صعوبة في متابعته، وبالتالي فهم ما يقول.
- **التحدث إلى الجمهور من أعلى**: بعض المتحدثين ينظر للجمهور وكأنه أقل منه شأناً، فهو يتحدث من علو.
- **دفع الجمهور المتلقي أو الضغط عليه**: وذلك من أجل أن يصدق ويقتنع بما يقول، وكأنه يحاول دفع الجمهور وإرغامه على الإقتناع والتصديق بما يتفوه به.
- **القفز إلى النتيجة**: يقفز المتحدث إلى النتيجة دون إبراز الشواهد والأدلة التي تبرهن على ما يقول.
- **إغراق الجمهور بمعلومات كثيرة**: يقوم المتحدث هنا بتقديم معلومات كثيفة وكثيرة دون أن يقوم بعناء الاختيار للأصلح منها والأكثر رجاحة، فيضع الجمهور في مأزق عدم القدرة على الاستيعاب.
- **إظهار فقر في مهارات الاستماع**: وذلك بعدم إصغائه للجمهور ومتطلباته، فنجاح الخطيب أو المتحدث يعتمد بشكل كبير على تفاعله مع الجمهور، فيعدل من رسالته بما يتوافق ومتطلبات المتلقي.
- **إظهار الخوف والاضطراب**: في أحايين كثيرة ونحن في صفوف الجماهير، نرى الخطيب أو المتحدث وقد أصابه الخوف والفزع، مما يجعله يضطرب في حديثه، وبالتالي لا يستطيع أن يوصل رسالته بشكل دقيق، كما أن الجمهور يأخذ عنه انطباعات سلبية، فيقيمه على أساس أنه ضعيف في معرفته وأدائه، حتى لو كانت معرفته عالية جداً.
- **المقاطعة المستمرة**: نجد المتحدث هنا متسرعاً، ليس لديه الصبر أو الجلد لسماع المتلقي والتعاطي معه، وسماعه حتى يقول ما لديه، فيقوم بالمقاطعات المستمرة

لرأي الجماهير، وهذا بالتالي يؤدي إلى أن الجماهير أيضاً لا تحترمه، وربما بدأت مقاطعته وعدم السماح له بالحديث بأريحية.

- **الاستماع بتحيز**: يستمع المتحدث لبعض الأفكار دون الأخرى، أو لبعض الجمهور دون بعضه الآخر، وهذا يعطي انطباعاً سلبياً عن المتحدث.
- **الظهور بغير انتظام**: بحيث يقفز المتحدث من فكرة لأخرى، ومن نقطة لأخرى دون وجود روابط حقيقية للموضوع المتحدث عنه.
- **عدم القدرة على مساعدة الجمهور لمعرفة قيمة الحديث**: إذا لم يشعر المتلقي أن له فائدة في المحاضرة أو الحديث الذي يُلقى أمامه، فإنه ينصرف عنه على الأقل ذهنياً، وبالتالي لا تصل إليه الرسالة وعلى المرسل ومنذ البداية إيضاح أهمية موضوعه وكيفية الإفادة منه.
- **عدم قدرته على إيجاد قاعدة مشتركة مع الجمهور**: ويعود ذلك إما لعجرفته، أو لخجله، أو لفقدانه مهارات أساسية في الاتصال والإقناع، كما قد يدل على أنه لم يدرس جمهوره جيداً ولم يتعرف على شخصياته ورغباته مسبقاً.
- **عدم التعرف على البيئة المحيطة بالحديث قبل إلقائه**: يُهمِل بعض المتحدثين التعرف على البيئة المحيطة بعملية الإلقاء، إما نتيجة لعدم مبالاة المتحدث، أو لاعتزازه بقدراته وتصوره لسهولة الأمر وعدم وجود حاجة لعمل ذلك ويعتقد أن من يعملها هم المبتدؤون فيقع في مشكلة أثناء إلقائه وقد تكون مشكلة تعيق استخدام بعض الأجهزة التي معه، أو وجود مشكلة في الصوت، أو أن المكان غير مهيأ لإلقاء كلمة أو محاضرة من العينة نفسها التي يلقيها الخ. وهذا، ربما يسقط لقاءه بالجمهور.
- **دفع رؤية واحدة محددة سلفاً كحل من طرف واحد**: يتخذ بعض المتحدثين لأفكار وتوجهات معينة ومسبقة، لذا فهو يقرر منذ البداية اتخاذها كحل وحيد لمشكلة ربما يمكن النظر إليها من زوايا مختلفة وبحلول متعددة.

- **غير متناغم مع عواطف ومشاعر الجمهور**: ويكون عدم التناغم إما لجهله بجمهوره وعدم تعرفه عليه ودراسته مسبقاً، أو نتيجة لعجرفته وعدم مبالاته، أو نتيجة لتفاعله معه بصفته متحدثاً إقناعياً.
- **السماح لمشاعره الشخصية بالتداخل**: لا يسمح الخطيب الجيد لمشاعره الشخصية بالتداخل مع ما يطرح، بل يتحدث بموضوعية وحيادية، ويستخدم الاستمالات الإقناعية المختلفة لكسب مشاعر الجمهور أثناء قيامه بالأداء.
- **معرفة لكن مع الغطرسة والعجرفة**: يملك بعض المتحدثين المعرفة الجيدة، لكن ينتابهم شيء من الغرور والغطرسة، فينعكس على أدائهم أمام الجمهور، وهذا ما لا يتقبله المتلقي ويقود بالتالي إلى عدم الإنصات جيداً له وربما لا يكلف الجمهور نفسه في مرات قادمة للحضور والإنصات له.
- **فقدان العاطفة أو الإيمان بالشيء**: لا يشعر المتحدث هنا بعاطفة نحو ما يقدمه ونحو جمهوره، أو أنه يقول ما لا يؤمن به، وهذا بالتالي ينعكس على أدائه ومن ثم على تفاعل الجمهور معه وتقبله لأفكاره.

يؤكد علماء الإقناع والاتصال أن هذه المشكلات يمكن حلها إذا ما أراد المتحدث ذلك فهي أخطاء يقع فيها المتحدثون ويستمرون فيها لأنهم لا يعرفون أنهم يرتكبونها أثناء أحاديثهم لذا، فإن أفضل طريقة كما يرى مورتنسن Mortensen هو تسجيل أحاديثك ثم الرجوع إليها ومعرفة الأخطاء التي تقوم بارتكابها، ومن ثم التدرب على تصحيحها، وما العلماء المبرزون في مجال الخطابة إلا ممن قاموا بالتعرف على أخطائهم وتصحيحها. (Mortensen,2008,P.209) كما عليك حضور بعض المحاضرات والخطب للتعرف على المشكلات التي يواجهها المتحدثون والخطباء وكيفية التغلب عليها. كما يمكن لك الإفادة من المتميزين من الخطباء والمتحدثين.

يرى بعض علماء الخطابة والإقناع أنه من الطبيعي جداً، أن تشعر بشيء من الرهبة من الجمهور قبيل إلقاء محاضرتك أو كلمتك وكلنا واجه هذه الرهبة بشكل أو آخر ولكن تختلف درجتها باختلاف التجربة، والشخصية الفردية والممارسة والقدرة على تحويلها إلى طاقة. يقدم مورتنسن بعض الطرق والطقوس التي يستخدمها أخصائيي الإقناع المميزين قبل عملية الإلقاء:

- الاستماع إلى موسيقى هادئة: استمع إلى شيء يساعد على استرخاء عضلاتك وتوترك، استمع إلى موسيقى هادئة أو إلى شريط فكاهي لأن الضحك أيضاً يبعد عنك التوتر.
- التدرب: يمكن لك القيام بالتدرب على إلقاء المحاضرة أو الكلمة وعمل البروفات اللازمة لها.
- تصور النجاح بصرياً: تخيل أنك أمام الجمهور وأن الجمهور منصت إليك متفاعل معك وأنك تؤدي بثقة ونجاح. إن تخيلك لنجاحك يساعد في تحقيقك للنجاح (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص٨٥).
- المشي بسرعة وخفة ونشاط إلى المسرح أو مكان المحاضرة.
- الاستغراق في التأمل والتفكير: تساعد هذه الطريقة أيضاً في التخلص من القلق، وبإمكانك أيضاً الحديث مع نفسك لتعزز ذاتك وتفترض نجاحك.

ويرى مورتنسن أن هناك أمور بيئية مهمة، لابد من أخذ الاحتياط لها لأنها ذات تأثير على العرض أو الحديث، ودائماً ما تُهمَل بالرغم من سهولة تعديلها من قبل المتحدث، منها على سبيل المثال:

- الإضاءة
- وضعية الكراسي
- أعداد الجمهور

- المخارج والمداخل
- التكييف والتهوية
- موعد المحاضرة أو إلقاء الكلمة
- الملهيات وعوامل الاضطراب

• أداء بعض التمارين الرياضية والاستعدادات الفسيولوجية للإلقاء: حتى تستطيع أن تتخلص من الخوف والرهبة قبيل مواجهة الجمهور عليك بإجراء بعض التمارين الرياضية التي تخفف مثل هذا الشعور، منها:

- أخذ نفس عميق لعدة مرات والاحتفاظ به لفترة قصيرة، (الطويرقي، ص١٤٦)، هناك أيضاً أرجحة الرأس ويصفها راتب صويص وغالب صويص كالتالي:

بينما لا تزال رقبتك مسترخية، قف بشكل مستقيم واضمم يديك إلى صدرك، ببطء وابدأ بتدوير رقبتك أولاً إلى اليسار ثم إلى الأمام واجعل ذقنك للأسفل، ثم إلى اليمين كرر دحرجة التدوير إلى اليمين، إلى الأمام، ثم إلى اليسار، ثم إلى الأمام أعد ذلك ٥ مرات. (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص٨٧).

- أثناء وقوفك للإلقاء، يمكن لك شد عضلات بعض أطرافك مثل الساقين والصدر والذراعين (الطويرقي، ١٩٩٣، ص١٤٧).

نماذج أساليب الإلقاء

تختلف نماذج وأساليب الإلقاء أمام الجمهور ويعتمد ذلك على طبيعة الموقف الاتصالي من حيث الأهمية، والموضوعية ومن حيث توقيته وهل هو فجائي أم محدد مسبقاً، كما يعتمد على المقدم أو الخطيب نفسه، وخبراته الشخصية في الموضوع وإمكاناته في الإلقاء والتقديم ويمكن إجمال هذه النماذج في التالي:

١- نموذج الأسلوب الارتجالي Impromptu method : وهو ما يعرف بأسلوب اللحظة، أو رد الكلمة ويحتاج إليه الإنسان في مواقف آنية شتى فتحتاج إليه في جلسة عمل، أو في نقاش عام، أو للتعقيب على أطروحة معينة قدمت أمامك وكان عليك أن ترد وفي أحايين أخرى قد يطلب منك أن تقوم وتلقي كلمة توديعية أو ترحيبية، أو كلمة شكر، أو رد كلمة شكر أو ترحيب فاجأك بها أحد الأشخاص في محفل ما.

يُعد هذا النموذج من أصعب النماذج ولحظات الكلمة من أحرج المواقف إذا لم يعود الشخص نفسه على مثلها لذا، عليك بعمل الآتي:

- درب نفسك على الارتجال في موضوعات تهمك في عملك وحياتك أمام نفسك لوحدك وقم بتسجيلها ثم عُد واستمع إليها وحاول مرة أخرى وهكذا.
- درب نفسك على الارتجال في مواقف شتى سواء أكان ذلك أمام زملائك، أم أصدقائك، أم بعض أفراد عائلتك.
- حاول أن تستعد دائماً خاصة أثناء ذهابك لاجتماعات أو لقاءات معينة فلو كنت ذاهباً لاجتماع دوري، فاقرأ بنود الاجتماع وتوقع الموضوعات التي ربما يطلب منك رأيك فيها أو تعليقك عليها، واستعد لذلك. كما يمكنك أن تعد نفسك دائماً للكلمات الترحيبية والتوديعية، وكلمات الشكر ... إلخ.
- عندما ترتجل، حاول أن تركز على فكرة رئيسة واحدة ثم اشرحها من خلال الأمثلة، والإحصاءات إذا كانت لديك.

٢- نموذج القراءة من نص مكتوب Reading method: نظراً لدقة بعض المواقف وخطورتها خاصة السياسية منها، يجبر المتحدث أن يقرأ نصاً مكتوباً أمامه كما أن محدودية الوقت أيضاً ورسمية الحدث تجبر الشخص أن يلقي من خلال قراءة النص المكتوب أمامه. وحتى هذه الطريقة تحتاج لعدة أسس ومهارات حتى يستسيغها الجمهور أمامك الذي يمل الاستماع لفرد يقرأ.

- اطبع النص بشكل واضح وباعد بين الفقرات ونوع في الأبناط.
- شكل النص، وضع علامات الإعراب على أواخر الكلمات التي ربما تنطقها خطأ.
- حاول أن تقرأ النص أكثر من مرة، حاول أن تتعرف على الكلمات الصعبة وتجيد نطقها.
- درب نفسك على أن تقرأ وفي الوقت نفسه تنظر لتفاعلات الجمهور أمامك.

٣- نموذج أسلوب الحفظ The memorized method: يعتمد المتحدث هنا على حفظ النص المكتوب ليقوم بإلقائه شفهياً، ويعد هذا من أسوأ النماذج الإلقائية ذلك أن المتحدث يحاول أن يحول كلاماً مكتوباً لكلام شفهي، فيشعر الجمهور أن المتحدث لا يتحدث شفاهة ولكنه يسمع نصاً مكتوباً وهذا بالطبع يجعل المتلقي يشعر بالملل من الحديث، ولا يتفاعل معه كثيراً، كما أن المتحدث يكون منشغلاً بتركيزه على تسميع النص فيبتعد بذهنه عن الجمهور حتى لا ينسى شيئاً مما يحفظ، ويزيد الأمر سوءاً عندما ينسى الملقي كلمة أو جملة عندها يبدأ الارتباك عليه وربما يؤدي إلى فشل ذريع في توصيل ما أراد إيصاله للجمهور.

لا ينصح في العادة باستخدام هذا الأسلوب، فإذا كان الأمر يتطلب أن يقرأ النص مكتوباً فليقرأه مكتوباً ولا داعي لحفظه مع الأخذ في الاعتبار الاقتراحات التي أوردناها عند حديثنا عن النص المقروء.

٤- نموذج أسلوب الارتجال المخطط له The Extemporaneous method: يعتمد الملقي هنا على المزج بين النماذج السابقة فهو يمثل نموذجاً وسطاً. يلتزم المتحدث بالتحضير والتخطيط مع الاعتماد على الذاكرة أيضاً وذلك وفقاً لما يلي:

- يكتب الأفكار الرئيسة والخطوط العريضة والإحصاءات أمامه سواء أكان ذلك على ورقة أم على جهاز الحاسب.

• يعتمد على ذاكرته في تغطية النقاط وتقديم الأمثلة والشروح لها.

وتعد هذه الطريقة أفضل الطرق جميعها لعدة أسباب:

• إلمام الباحث بالأفكار الرئيسة وكذلك الأرقام والإحصاءات وعدم نسيانها لأنها مكتوبة أمامه.

• تساعده هذه الأفكار والأرقام على الحديث واستدعائه الأمثلة والشروح دون عناء وبلغته الشفهية دون تكلف.

• تعطي هذه الطريقة الفرصة للمتحدث للنظر لجمهوره، والتفاعل معه، ومعرفة ردات فعله وماذا ينبغي عمله.

• يستطيع المتحدث من خلال هذه الطريقة إبراز مهاراته الاتصالية.

(الطويرقي، ١٩٩٣؛ صويص وصويص، ٢٠٠٨).

قائمة بما ينبغي للمتحدث عمله

Checklist

يقدم لنا أحد خبراء التقديم Tom Palmer قائمة من الأفعال التي ينبغي للمتحدث أن يقوم بها أثناء تقديمه لعرضه. تعد هذه القائمة اختصاراً لما سبق وأن تحدثنا عنه سابقاً وهي مفيدة في أنه يمكن الرجوع إليها في كل مرة تريد أن تلقي خطبة أو تقدم موضوعاً أمام الجماهير.

تضم قائمة بالمر Palmer خمسة وعشرين بنداً سنتطرق لبعضٍ منها، كما سنتناول بنوداً أخرى لعلماء مختصين آخرين وهي كالتالي:

١- حدد سبب حديثك وهو عادة يكون واحداً من الأسباب التالية:

• إخبار الجمهور بشيء معين سوف يغير آراءهم وتوجهاتهم.

• إقناع الجمهور بمشاركتك في رأيك أو توجهك حيال موضوع معين.

• تحفيز الجمهور لاتخاذ تصرف محدد.

٢- حدد جمهورك وادرسه جيداً، وتعرف على طبيعته وتوجهاته ونوعيته، كما سبق وأن شرحنا سابقاً.

٣- فكر إستراتيجياً في كيفية إقناع جمهورك، وستتيح لك دراسة طبيعته والتوقعات لردات فعله.

٤- جهز حديثك وحدد الخطوط العريضة واختر الأدلة والاستمالات المناسبة ورتبها الترتيب الملائم. ويشير بالمر إلى أهمية أن تقدم إشارات طريق Road signs للجمهور. مثل قولك: سوف أقدم لكم ثلاثة أسباب هي: كذا وكذا وكذا، وتأكد أن تقول الأسباب كلها. تأكد من أنك تبدأ بداية قوية جذابة، وتنهي حديثك كذلك.

٥- تدرب على كلمتك جيداً واعمل التدريبات اللازمة حتى لو كان ذلك أمام مرآة، ولا تنسَ أن تحدد الوقت لحديثك، وتتأكد أثناء البروفات أنك قادر على أدائه في الوقت المحدد.

٦- قم بزيارة تفقدية لمكان الإلقاء إن أمكن، وتعرف على طبيعة المكان، وتجهيزاته والتي سبق وأن تحدثنا عنها، كما حاول أن تعرف الوقت الذي يستغرقه الطريق للوصول لمكان الإلقاء في الموعد المحدد من مكان إقامتك وفي الوقت نفسه الذي سوف تلقي فيه الكلمة إذ أن الطريق ربما يبدو ميسراً في ساعات معينة، وصعباً بطيئاً في ساعات أخرى.

٧- في يوم إلقاء الكلمة احضر في الوقت المناسب وإذا حضرت مبكراً حاول أن تقضي وقتك في عمل شيء مهم، كأن تقوم بالإشراف على تجهيزاتك الإلكترونية إذا كنت تستخدم أياً منها بحيث تكون جاهزة للحديث، أما إذا لا يوجد لديك أجهزة، فحاول أن تجلس في مكان قصي بعيداً عن أعين المارة ربما تجلس في سيارتك تراجع حديثك، وتتخيل نجاحك، وتعمل بعض التمارين الرياضية، على أن تتعرف على المكان جيداً قبيل الإلقاء إن أمكن.

٨- البس رسمياً وبشكل جيد واظهر بالمظهر اللائق وكما هو متعارف عليه، لا تكن شاذاً أو مبالغاً في لبسك لأن ذلك يجعل الجمهور يحكم عليك ربما أحكاماً غير مناسبة، كما أن بعض اللبس قد يسبب إلهاءً للجمهور عن الحديث، خاصة لبس القلادات والأخراص الطويلة عند النساء، ووجود أشياء كثيرة في جيب المتحدث والتي ربما تظهر أصواتاً، أو تبدو الجيوب منتفخة، اعتنِ بكل جزئية في لبسك لا تنشي غترتك كثيراً فتصبح ناشفة لا تستطيع التحكم فيها، تأكد من لونها ومن مرزامها واجعلها مناسبة للون الثوب، فالثوب ناصع البياض يحتاج غترة بيضاء ناصعة، أو شماغاً أحمر، البس حذاءً مناسباً ويفضل أن يكون أسوداً رسمياً.

٩- تأكد من طبيعة لبسك قبل دخولك للحديث مباشرة، واذهب لدورة المياه، وتأكد من أن كل شيء على أحسن وجه.

١٠- ضع ساعة أمامك وتأكد من أن حديثك يسير وفق الزمن المحدد له. إن وقت الكلمة في البروفات يبدو أقل منه في الواقع عند الحديث أمام الجمهور.

١١- تأكد من وجود كأس من الماء أمامك أثناء التقديم لأن ذلك مفيد للحد من جفاف الفم، وعند حدوث كحة في أثناء الإلقاء كما أن كأس الماء يعطيك فرصة في التوقف أحياناً وأخذ الأنفاس لك وللجمهور.

١٢- رتب لتقديمك أمام الجمهور، وأعد سيرة مركزة مختصرة بحيث يمكن سردها في ثوان معدودة. في حالة لم يتم تقديمك من قبل المسؤولين عن المناسبة، قدّم نفسك: السلام عليكم ورحمة الله وبركاته مساء الخير أنا... وأعمل... إلخ، وتحدث بتركيز عن علاقتك بموضوع الكلمة واشكر القائمين على المناسبة وكذلك الحضور.

١٣- لا تعتذر من البداية وتقول أنك غير جاهز، أو أن الوقت لم يسمح لك عمل كذا، أو كذا لأن هذا يجعلك خاسراً منذ البداية. لا تتصنع، النكت وتلقي نكتة منذ البداية يمكن أن تفعل ذلك في سياق حديثك فيما بعد.

١٤- نظم أوراقك، أو البطاقات التي تحتفظ بها بالخطوط العريضة لمحاضرتك. رقم الصفحات حتى لو سقطت منك أو تعرضت لتيار هوائي لخبط ترتيبها تستطيع أنت أن تعيد ترتيبها بسهولة.

١٥- إذا كان لديك Podium أو منصة للإلقاء، فينصح بالمر باتخاذ أحد القرارات التالية:

- استخدمه كعازل بينك وبين الجمهور.
- استخدمه كجهاز للراحة تضع أوراقك عليه.
- تجنبه نهائياً وخاطب الجمهور مباشرة وهنا عليك أن تكون إما أمام منصة التقديم أو بجانبها.

١٦- استخدم أجهزة مساندة لك في تقديمك قدر الإمكان، مع مراعاة ألا تجذب هذه الأجهزة الجمهور عنك. ويضرب بالمر مثلاً باستخدام العرض المرئي Powerpoint والذي يرى أنه نادراً ما يستخدم بطريقة صحيحة. ويؤكد على أهمية اعتباره مجرد أداة مساندة وليس المصدر الأساس للعرض لذا، لا ينبغي وضع كل المادة عليه ثم يكون دورك مجرد القراءة الجهرية لما هو مكتوب، ويحذر أيضاً من الوقوف في الظلام والحديث للجمهور فأنت المتحدث وليس الجهاز وأنت مجرد صوت خفي يرافقه (Palmer.2005.P.1).

١٧- استخدم الاتصال غير اللفظي قدر الإمكان، ولكن لابد أن يكون ذلك طبيعياً، أي لا تتصنع استخدام الإيماءات والإشارات أثناء حديثك لكن هذا، أيضاً، لا يعني عدم التدرب على كيفية استخدامها بطريقة صحيحة.

١٨- استخدم الاتصال عن طريق العيون، انظر للجمهور نظرة بانورامية عامة بانتظام، ثم ركز على زوايا معينة أمامك لتكن ٣ أو ٤ جهات لا تحدق في نقطة معينة.

١٩- حاول أن تتحدث أمام الجمهور بسرعة معقولة لا سريعاً جداً، ولا بطيئاً فلكل منهما أثره السلبي على الجمهور، إنك إذا أسرعت فسيجد الجمهور صعوبة في اللحاق بأفكارك، وإذا أبطأت سيشعر الجمهور بالملل والضجر. يذكر راتب وغالب صويص أن السرعة الطبيعية تكون ١٠٠- ١٢٠ كلمة في الدقيقة. لذا، عليك أن تدرب نفسك على هذه السرعات وأن تستخدم الساعة في ذلك. (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص٩٦).

٢٠- انتبه لدرجة صوتك واجعلها مناسبة لعدد الحضور واتساع القاعة فإذا كان الجمهور كبيراً والقاعة كبيرة عليك أن ترفع صوتك بدرجة معقولة خاصة إذا لم يوجد مايكرفون، أما إذا كانت القاعة صغيرة فتحدث بصوت منخفض قليلاً ولكن مسموع بوضوح جداً للحاضرين، وعليك أن تتدرب على الدرجة المناسبة لقاعة صغيرة وأخرى كبيرة مع بعض أصدقائك.

٢١- عليك بتحسين أدائك اللفظي، وإذا كانت لغتك ضعيفة نوعاً ما فعليك بوضع علامات الإعراب على آخر الكلمات كما عليك تشكيل الكلمات التي تحتاج لذلك، إذا تجد كلمة يستشكل عليك نطقها بشكل صحيح، فبدلها بأخرى تعطي المعنى نفسه ولا تجد صعوبة في نطقها.

٢٢- عندما تصل إلى نهاية حديثك أشعر الجمهور أنك تنهي حديثك يمكن لك مثلاً أن تشكر الجمهور على تجشم الحضور والإنصات، كما يمكن أن تشكر أيضاً مستضيفك إذا كان هناك متسعاً من الوقت. ويرى بالمر بأن تدع الجمهور للتحدث عن رأيه ولا تطلب منه إذا كان لديه أسئلة ، فمثلاً تقول: الآن وبعد أن أدليت برأيي حول هذا الموضوع آمل سماع آرائكم وتوجهاتكم حوله. دعونا نتحادث فيه، بعض المختصين لا يمانعون في أن يطلب المتحدث من الجمهور طرح أسئلتهم إذا كان لديهم أسئلة. شخصياً، أرى أنه لا مانع من أي من الطريقتين.

٢٣- إذا تم طرح بعض الأسئلة عليك، فعليك بالتالي:

- الإصغاء الجيد والانتباه لكل أجزاء السؤال لا تنسَ أن تكتب السؤال واسم من طرحه وعند الإجابة يمكنك إعادة صياغة السؤال أو ذكر اسم من قال السؤال مثلاً: "أما بالنسبة لسؤال الأخ أحمد حول كذا وكذا فإني." هنا يجب أن تنظر في البداية لجهة طارح السؤال، ثم انظر عند إجابتك لأفراد الجمهور كافة (صويص، وصويص، ٢٠٠٨، ص٩٩).
- عند الإجابة، حاول قدر الإمكان عدم الإطالة أجب في وقت قصير، وابدأ بالأسئلة المريحة لك أكثر.
- عندما تواجه بسؤال لا تعرف إجابته، اذكر ذلك صراحة، واطلب من طارح السؤال أن تلتقي معه بعد نهاية التقديم لتأخذ رقم تلفونه بعد أن تبحث عن الإجابة.
- عندما تواجه بأسئلة عدائية، اصغ جيداً للسائل، وحاول أن تتفهمه، ولا بأس من إطرائه أو الثناء على السؤال، أو على الفكرة خلف السؤال، ثم ابدأ الإجابة على السؤال بقولك مثلاً: دعنا من الخلاف، أو لنحل أساس المشكلة، أو دعنا نتعرف على طبيعة الخلاف وكيف يمكن حله.

إن سماحك للشخص بطرح سؤاله العدائي دون مقاطعة، ثم ثناءك عليه، ثم محاولاً تقريب الاختلاف يساعد على تخفيف حدة العدائية، أو ربما ينهيها، كما أنك سوف تكسب الجمهور بجانبك. احذر المقاطعة، أو التهكم، أو الإجابة بعجرفة لأن ذلك سيقود لعدائية أكبر وربما تتسع دائرتها، مما يجعل موقفك محرجاً، بل ربما تسقط معها الجهود التي بذلتها في اللقاء، فتخرج بمناسبة غير ناجحة.

٢٤- أخيراً، اشكر مرة أخرى الجمهور الحاضر، وكذلك المستضيف، ولا تكثر من الشكر لأشخاص بعينهم. (Palmer, 2005, PP.1-5: www.tomgpalmer.com).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما المكونات الأساسية لكل من: المقدمة،النص،الخاتمة؟

الإجابة

السؤال الثاني: متى يُفضَل أن نستخدم العرض المرئي Powerpoint، ومتى يفضل عدم استخدامه؟ وما المشكلات التي بسببها يفضل عدم استخدامه أحياناً؟، وما البدائل التي يمكن أن تستخدمها أثناء عرضك؟

الإجابة

السؤال الثالث: ما الخطوات المستخدمة في تقسيم الجمهور؟ وما أنواعه؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

لو كنت مورداً لسلع غالية الثمن وتود أن تعلن عنها، ما الكلمات التي سوف تستخدمها في إعلانك بدلاً من الكلمات التالية التي ربما تؤثر على سلعتك سلباً:

- غالية
- رجال المبيعات
- سعرها
- أحسن من مثيلاتها

لاحظ أن استخدام كلمات مثل السعر، وغالي الثمن! وأكد رجال المبيعات، كلها كلمات ينبغي ألاّ تستخدم مع سلعة تريد أن تبيعها على المستهلك. لذا، عليك أن تفكر في كيفية استخدام كلمات بديلة توصل المعنى ولكن بطريقة إيجابية وليست سلبية (فكر في كلمات مثل: استثمر، أو خبراء المبيعات، متفردة، أفضل ما أنتجته خطوط الصناعة.).

تدريب (٢)

ناقش مع زميلك ما الأشياء التي ينبغي للمتحدث القيام بها وتلك التي يجب عليه عدم عملها أثناء التقديم؟.

تدريب (٣)

اكتب كلمة قصيرة تحتوي مقدمة ونصاً وخاتمة حول موضوع معين يستهويك وزميلك، ثم قدم الكلمة أمام زميلك، ناقش مع زميلك أداءك هل وجد الجديد؟، هل استطعت أن تجذبه؟، ماذا أعجبه؟، وماذا لم يعجبه في حديثك وأدائك؟، اعمل العكس، واطلب من زميلك أن يكتب كلمة ثم ناقش الأمر.

تدريب (٤)

يمكن تقسيم المتدربين لمجموعات صغيرة كل مجموعة تنصت لخطبة مسجلة على الفيديو لأحد المشاهير في السياسة أو الاقتصاد أو المجتمع... إلخ، ثم مناقشة كل خطبة وفق المرئيات السابقة مع أعضاء المجموعة ثم مشاهدة جماعية للخطبة ونقدها من قبل جميع المتدربين.

الباب الثالث

تطبيقات

الفصل الثامن: مهارات إقناعية

الفصل التاسع: مهارات المقابلة

الفصل العاشر: مهارات الحوار والتفاوض

الفصل الحادي عشر: مهارات الاتصال الأسري

الفصل الثاني عشر: الاتصال عبر الثقافات

تمارين وتدريبات

الفصل الثامن

مهارات إقناعية

Persuasion Skills

● أكثر الأسباب وراء محاولاتنا لإقناع الآخرين ● بناء المصداقية ● بناء الرسالة ● أسلوب الرسالة ● إستراتيجيات الطلبات المتتابعة ● إستراتيجيات تنظيم الرسالة ● المتطلبات الإقناعية عند محاولتك تقديم عرض إقناعي ● الخطوات الأساسية قبل اتخاذ القرار ● كلمات يجب عدم استخدامها أثناء عرضك الإقناعي ● نقاط إقناعية عامة

تمهيد

لا شك أن الإنسان يمارس أدواره الإقناعية في كل عملية من العمليات الاتصالية، بل إن كل مهارة اتصالية تحوي بشكل أو آخر مهارة إقناعية. عند إنصاتك للآخرين تستخدم مهارات إقناعية تبين من خلالها للطرف المتحدث أنك منصت إليه وأنك متفاعل مع حديثه، وفي حديثك مع الآخرين أنت تمارس الكثير من المهارات الإقناعية سواء أكان ذلك في طريقة حديثك واستخدامك للغة الجسد، أم في اختيارك للكلمات

والجمل، وطريقة التعبير، واستخدامك للأدلة والبراهين والاغراءات والاستمالات العاطفية والمنطقية وغير ذلك من المهارات، كما أن هذا ينطبق على المهارة الكتابية.

ومهارة الإقناع نستخدمها في كل المواقع التي نتواصل فيها مع الآخرين سواء أكان في الدرس أم البيت، أم السوق، أم العمل، وسواء أكانت مع الأهل، أم الأصدقاء، أم الأقارب، أم مع غريب لا نعرفه.

إذن يعني هذا: إن كل الأجزاء التي تحدثنا عنها سابقاً تحوي الكثير من الفنون والمهارات الإقناعية ونستخدمها سواء أعرفنا بذلك وأتقنا أم لم نعرف، وبالتالي لم نستخدمها على الأقل بأفضل صورها. ونحن هنا فقط نقدم باختصار بعض هذه المهارات للتذكير باستخدامها في كل المواقف الاتصالية التي تمر علينا.

يذكر بعض الباحثين (Rule, Bisanz, and Kohn, 1985) أن ٥٩٪ من أفراد العائلة والأصدقاء يحاولون إقناعنا وأن محاولاتنا الإقناعية تستهدف الأهل والأصدقاء مستغرقة من وقتنا ٧٦٪. وهذا يعني أن الفرد منا يكون مرسلاً مؤثراً وفي الوقت نفسه متلقياً مؤثراً فيه من الغير (Dillard and Marshall, 2003, P.479)

أكثر الأسباب وراء محاولاتنا لإقناع الآخرين

يقدم لنا مجموعة من الباحثين في الاتصال والإقناع أسباب سبعة رئيسة وراء محاولاتنا لإقناع الآخرين، وهي كما ذكرها كل من ديلارد Dillard ومارشال Marshall (2003, p.480)) كالتالي:

١- تقديم النصائح وإسداؤها للآخرين (مثل: إرشاد أو توجيه الشخص المقابل من حيث صحته أو حياته العامة).

٢- الحصول على مساعدة (مثل: الحصول على خدمة معينة أو معروف، أو معلومات إلخ).

٣- المشاركة في النشاطات (قضاء الوقت مع بعضنا مثلاً).

٤- تغيير التوجه (تغيير اتجاه أو سلوك التلقي نحو قضية معينة سواء أكانت سياسية، أم اقتصادية، أم اجتماعية).

٥- تكوين أو تغيير علاقة (بدء علاقة جديدة، أو تطوير علاقة قائمة... إلخ).

٦- الحصول على إذن (لضمان الموافقة على شيء ما مثلاً).

٧- تنفيذ حق أو واجب (دفع شخص لإنجاز وعد سابق، أو إيقاف سلوك مزعج).

يجب ملاحظة أن القائم بالعملية الإقناعية لديه أهداف ثانوية أخرى فالهدف الرئيس الذي يقود عملية الاتصال هو الإقناع، لكن في الوقت نفسه لديه أهداف ثانوية، وهي كلما زادت تعقدت العملية الاتصالية في عمومها والإقناعية خاصة وكلما تعقدت العملية الإقناعية، زادت حاجة القائم بالاتصال لمهارات إقناعية متقنة. على سبيل المثال: لو أردت أن تقنع والدك بالسفر في الصيف لدراسة اللغة الإنجليزية.فإن هدفك الأساسي هو إقناع والدك بالسفر، لكن دون شك لديك في ذهنك أهداف أخرى عند قيامك بهذه العملية الإقناعية فأنت مثلاً يهمك ألا تفتح باباً على نفسك ليسألك عن وضعك الدراسي الحالي لأنه غير جيد، ولا تريده أن يسألك عن كيفية صرفك لمبلغ أعطاك إياه قبل أسبوع وهكذا.(Cody,Canary, and Smish, 1994; Dillard and Marshall, 2003, pp. 480-81).

بناء المصداقية
Building Credibility

تعد المصداقية من أهم خصائص المرسل أو المتحدث، والشخص المقنع هو ذلك الفرد الذي يتسم بالمصداقية. تتكون المصداقية من: الخبرة expertise، والموثوقية Trust، والحركية Dynamism. لن تمتلك هذه الخصائص بين ليلة وضحاها، ولكنك

تحتاج إلى الكثير من الجهد لبنائها بشكل عام وفي بعض المواقف والموضوعات على وجه الخصوص. سنشرح بناء الثقة والخبرة في الصفحات التالية:

بناء الثقة

إننا نتحصل على الثقة من الناس لعدة أسباب: تجربة الناس السابقة معنا، هل نفي بوعودنا؟، وهل لنا مصلحة شخصية فيما نطالب به؟، أم مصلحة عامة؟، أم مصلحة للمتحدث إليه؟!، على سبيل المثال: التاجر الذي يعلن عن سلعة ما لا يمكن أن نثق في حديثه عن سلعته لأن له مصلحة في ذلك، لكن يمكن أن نثق في السلعة من خلال تجربتنا لها، ومن خلال تاريخها، وعندما يتحدث أمين مدينة ما عما سوف يقوم به، سنثق فيه إذا كان ينفذ ما يقول من خلال تجاربنا السابقة معه، أما إذا كان – حسب تجاربنا- يقول كلاماً للاستهلاك فلن نثق به.

الشخص الذي ليست له سمعة لدى الجمهور، يستطيع أن يبني الثقة خلال حديثه من خلال شخصيته ومظهره واستخداماته للاتصال غير اللفظي، مثل: النظر للجمهور المتحدث إليه، ودفء الصوت، وإذا كان الموضوع الذي يتحدث فيه لا توجد فيه له مصلحة شخصية بإمكانه أن يضرب بعض الأمثلة عن بعض مواقفه السابقة مع جهات معروفة يدلل فيها على وفائه بالوعود والعهود، أو بأنه مخلص للعمل الذي يقوم به.

يمكن للزوج أن يؤكد لزوجته كم من مرة عُرض عليه الزواج من أخرى ورفض، رغم أنه بإمكانه أن يتزوج ولا تنقصه المادة ولا القدرة النفسية والبدنية، أو تقول لوالدك أنه كان بإمكانك أن تذهب مع زملائك في رحلة كذا وكذا ولكنك رفضت من أجل أن تذاكر وتحقق النجاح الذي وعدت به والدك (العوفي، ٢٠١١).

بناء الخبرة

إن بناء الخبرة يعتمد على مقومات عدة منها التعليمية، والخبرة المباشرة بالموضوع المتحدث عنه. إن المحامي الذي حصل على سمعة عالية في أدائه في المحاكم والفوز بالقضايا دون شك يعد خبيراً في موضوع القوانين المحلية، كما أن أستاذ الجامعة الذي يدرس مواد القانون وله كتب ومحاضرات في هذا الموضوع يعد خبيراً قانونياً. ودون شك، تزداد الخبرة للشخص عندما يمتلك المعرفة الأكاديمية مع الخبرة العملية، نحن نسمع دائماً يقولون أنه نظري لكن ليس عملياً وهم يقصدون أنهم يثقون في علمه ومعرفته، ولكنه ليس شرطاً أن يكون ناجحاً في مرافعاته لأسباب ربما تعود لشخصيته مثلاً.

لذا إذا أردت أن تكون خبيراً في موضوع ما، فعليك بالعلم والمعرفة من خلال التخصص الدراسي أو من خلال الدورات العلمية، إضافة إلى الخبرة الميدانية اللازمة.

إذا كنت تملك المعرفة والتجربة ولكنك غير معروف للجمهور المراد الحديث إليه، رتب تقديمك للجمهور مع ملخص مكثف لخبراتك وتجاربك قبل أن تتحدث إليهم أما إذا لا يوجود من يقدمك، فقدم نفسك باختصار: أنا فلان، تخرجت من جامعة كذا في تخصص كذا، وحصلت على دورات كذا وكذا، وعملت في...، ويسرني أن أتحدث إليكم في كذا. أما إذا فرضت الظروف بأن تتحدث إلى الجمهور في موضوع لاتعد فيه خبيراً كبيراً فبإمكانك أن تعزز من موقفك من خلال:

- **الاستشهاد**: وذلك بأن تستشهد بأصحاب العلم والمعرفة والتجربة والإشارة في ثنايا حديثك لخبراء مشهورين في هذا المجال "يقول أستاذ القانون الشهير في جامعة كذا، وأكد المحامي الشهير أن كذا وكذا"

- **الإلقاء**: وذلك من خلال تجهيز نفسك للحديث في الموضوع والبرهنة بوضوح على أنك ملم به ومطلع عليه عن كثب. لا تظهر أمام الجمهور وأنت تقرأ لأنهم سيعتبروك غير فاهم وغير جدير بأن تكون خبيراً في الموضوع.
- **الاتصال غير اللفظي والكفاءة**: إن طريقة لباسك وحديثك واستخدامك للإشارات غير اللفظية قد يعطي الدلالة على أنك خبير أو العكس لذا، لابد من أن تظهر بثقة وبملابس مناسبة للحدث.
- **تأكيد التفاعل**: التأكيد على إتاحة الفرصة للجمهور للتفاعل والحديث والسؤال حول الموضوع بنهاية الحديث، وهذا التأكيد يقال في مقدمة اللقاء، مثلاً: "سأتيح الفرصة لكم جميعاً للتحدث والمشاركة وطرح الأسئلة عن الموضوع في نهاية لقائي بكم اليوم... إلخ".

الحركية والنشاط: يعد هذا العامل أوالخاصية من العوامل المهمة في بناء المصداقية وهو يعني أشياء كثيرة منها ما يمكن للشخص من تحسينه وتعزيزه بشكل دائم، ومنها ما يمكن تحسينه أو تعزيزه في مواقف دون أخرى ومن شخص لآخر، هناك أشياء لا نملك السيطرة عليها، تشمل هذه الأشياء: التركيبة الجسمانية للفرد مثل الطول والجاذبية، فالدراسات تثبت أن طوال القامة مثلاً أكثر قدرة إقناعية من قصارها، هنا قد لا نستطيع عمل الكثير لكن يمكن عمل بعض الأشياء المفيدة: يمكن تجنب الظهور في مناظرة مثلاً مع منافس طويل بشكل مكشوف لأن ذلك سيساهم في فوزه. لذا يمكن عمل بعض الترتيبات بحيث يضمن عدم ظهورك على المسرح أو على الشاشات التلفزيونية بشكل يبين قصر قامتك، وهناك الكثير من الحيل للحد من القصر مثل وضع عتبة خلف منصة الظهور Podium لتظهر وكأنك في طول الشخص الآخر.

تثبت البحوث - أيضاً- أن للجاذبية الجسدية دوراً مهماً في المصداقية فأصحاب الوسامة والجمال أكثر قدرة على التأثير ممن لا يملكها، وكذلك تأثير العمر وخلافه لذا، يلجأ بعض المرشحين السياسيين لاستخدام بعض مساحيق التجميل لإخفاء بعض العيوب، خاصة عند الظهور على الشاشات التلفزيونية.

هناك أشياء يمكن لأي منا تعزيزها لديه لبناء المصداقية المعتمدة على الديناميكية مثل: التحدث بقوة واستخدام الكلمات الدالة على الثقة، والصوت الدافي والهادي والمبني على التدريب في كيفية الإلقاء بثقة وتمكن. وبوجه عام فإن المرسل أو المتحدث صاحب الشخصية الديناميكية النشطة Energetic أكثر إقناعاً للمتلقي من المرسل الكسول Lethargic صاحب الصوت الناعس والتقديم الممل. (العوفي، ٢٠١١).

بناء الرسالة

عند بناء الرسالة أياً كانت طبيعتها، اهتم علماء الاتصال بثلاثة موضوعات مهمة:

١- **طبيعة نهاية الرسالة**: ويقصد بها هل يترك المرسل نهاية رسالته مفتوحة بحيث يجعل المتلقي يرسم النهاية كما فهم من الرسالة؟، أم هل عليه أن يقوم بتوضيح هدفه من الرسالة بحيث لا يترك للمتلقي الحرية في اختيار النهاية لها بنفسه.

بشكل عام، تشير الأبحاث الأخيرة إلى أهمية أن يقوم المرسل برسم النهاية للمتلقي الذي ليس لديه الوقت للتفكير والتمحيص والوصول إلى رسم النهاية بنفسه، كما أن هناك أموراً كثيرة قد تتدخل في فهم المتلقي للرسالة، مما يجعله يسيء فهمها وتكون قراءته لها عكس ما يريد المرسل، وربما المرسل لا يكون مقنعاً بما فيه الكفاية لجعل المتلقي يرسم النهاية كما يقصد. (العوفي، ٢٠١١).

٢- **موضوعية الرسالة**: وتُعنى بمدى ذكر المرسل لوجهات النظر الأخرى إضافة لوجهة نظره الشخصية أو وجهة النظر المراد إقناع المتلقي بها.

لا توجد في الواقع نتائج نهائية على أيهما أفضل في التأثير بشكل عام الرسالة ذات وجهة النظر الواحدة، أم ذات وجهتي النظر المختلفة، لكن تبين الأبحاث مواضع يفضل فيها استخدام أحدهما على الآخر، وذلك اعتماداً على طبيعة الموضوع، وخصائص المتلقي وسماته، ويمكن إجمال هذه المواضع في التالي:

أولاً: الرسائل ذات الجانب الواحد: يفضل استخدام الرسائل ذات الجانب الواحد، عندما يكون المتلقي غير متعلم بدرجة كافية، وعندما يكون متعاطفاً مع الرأي الذي يقدمه المرسل، وعندما يعتقد المرسل أن الجمهور لن يتعرض للرأي الآخر، وعندما يكون الموضوع غير جدلي أو خلافي وهذا عادة ما يكون نادراً.

ثانياً: الرسائل ذات الجانبين: يفضل استخدام الرسائل ذات الجانبين والمتمثلة في وجهات النظر التي يؤيدها المرسل، ووجهات النظر الأخرى المعارضة - كما تدل الأبحاث - في حالة أن الجمهور المتلقي صاحب تعليم عالٍ، أو أنه معارض للرأي المرسل إليه بداية، أو أنه متوقع تعرضه للرأي الآخر، وكذلك عندما يكون الموضوع جدلياً وخلافياً، وبشكل عام، أصبح الجمهور في العصر الحاضر جمهور واعٍ ويتعرض للكثير من الرسائل التي تتعارض في أهدافها وتوجهاتها، وأصبح لزاماً على المرسل أن يتعرض لوجهات النظر الأخرى المخالفة، ويمكن له تمحيصها ونقدها وإبراز قدراته الإقناعية المختلفة للتأثير على المتلقي وفق وجهة نظره. (العوفي، ٢٠١١).

مثال: لو نظرنا لبيئتنا العربية، نجد أن علماء الدين لدينا لا يذكرون إلا وجهة نظر واحدة، ويرون أنه لا داع للتحدث عن الآراء المخالفة عند الحديث لما يسمونهم "بالعامة" ويقصدون بذلك عموم الناس. شخصياً، أعتقد أن هذه الإستراتيجية غير نافعة الآن لأسباب شتى منها:

- أصبح الناس ذوو درجة عالية من التعليم والمعرفة مقارنة بالماضي.

- يتعرض "عموم الناس" خاصة الشباب منهم لوجهات النظر الأخرى المعارضة، خاصة مع ظهور الإنترنت وقدرتها على الجمع بين كل الآراء المختلفة.
- الموضوعات الدينية في العموم موضوعات خلافية، اختلف في فهمها وتفسيرها منذ عصر الرسول صلى الله عليه وسلم.
- من الأمانة أيضاً والموضوعية إخبار الناس بوجهات نظر العلماء الآخرين وأدلة ذلك حتى وإن كانت مخالفة لقناعاتنا وهنا يكون الدور علينا في إقناع الناس برؤيتنا وفهمنا.

ولعل هذه الموضوعية والأمانة تحتم - في رأيي - على المرسل أن يذكر دائماً وجهات النظر الأخرى. وهي في الوقت نفسه تعطي المرسل الحرية في الإبداع الإقناعي، كما أنها من وجهة أخرى تعطي المتلقي مساحة أكبر في التفكير في الموضوع والاقتناع بصورة أكبر.

وترى الأبحاث الإقناعية الأكثر حداثة أهمية ذكر الآراء المضادة وتفنيدها ودحضها، وتؤكد على أن النتائج البحثية تشير بشكل عام إلى أنها تُنتج أعظم الآثار الإقناعية. (Allen,1998; O'Keefe,1998).

٣- **موقع الحجج والبراهين**: تركز على إجابة السؤال التالي: أين ينبغي أن يضع المرسل الرأي الذي يريد الجمهور أن يتبعه؟، في البداية أم في النهاية؟، وعلى الرغم من عدم وجود بحوث علمية قاطعة في هذا المجال، إلا أن معظم الآراء تركز على أهمية البدء بآراء وجهة النظر التي يريد المرسل من الجمهور اتباعها في الرسالة ذات الجانبين، وبالحجج القوية في الرسالة ذات الجانب الواحد. لكن يرى علماء الاتصال أنه عندما يكون الجمهور معارضاً للرسالة، فإنه يترك رأيه حتى النهاية. والأفضل في رأيي أن تورد الآراء المعارضة في الوسط وليس في البداية Primacy، أو في النهاية Recency.

أسلوب الرسالة

Styling the message

من أجل إقناع الجماهير لابد من استخدام اللغة المناسبة لهم، فالحديث إلى الطلاب، غير الحديث إلى الأساتذة الأكاديميين، والحديث إلى الجمهور العام، غير الحديث إلى جمهور متخصص، والحديث للشباب غير الحديث للكبار.

لكن وبشكل عام اللغة المفعمة بالحيوية والجمال، غير اللغة الروتينية والجامدة حتى لو كانت تحوي الكثير من الحقائق والأرقام، ونقدم هنا بعض الأفكار المهمة لبناء أساليب رسائلية جذابة:

١- **اختيار الكلمات المتنوعة:** حسّن من محصلتك اللغوية دائماً واستخدم كلمات متنوعة ولا تكرر نفسك باستخدام الكلمات نفسها في رسالتك مهما طالت.. اخلط فيها الكلمات ذات الحيوية والديناميكية، استخدم جماليات اللغة مع الحذر في الإفراط فيها، اجعل لها رنيناً.

لتحسّن محصلتك اللغوية اعمل التالي:

- اقرأ نصوصاً سابقة ذات شهرة ونجاح، مثل: كلمات وزراء، أدباء، علماء، خطب ملوك ورؤساء. اقرأ وحلل هذه الكلمات والخطب.
- اقرأ الأخبار ومقالات الأدباء والصحفيين وحللها.
- استخدم طريقة لتعزيز محصلتك اللغوية وبناء المترادفات، بإمكانك استخدام البطاقات الصغيرة لحفظ كلمات جديدة مع استعمالاتها المتنوعة.
- اكتب الرسالة وتأملها وأعد كتابتها - إن لزم الأمر - بعد إجراء التحسينات والتعديلات عليها.

٢- **الإيجاز Conciseness**: أوجز الكلام ولا تطنب فيه وتوجه إلى الموضوع مباشرة، فالجملة المباشرة والقصيرة أكثر إقناعاً من الجمل الطويلة وغير المباشرة في

الغالب. تخيل عند الكتابة أن أي كلمة تكتبها زيادة سوف تكلفك أكثر مثل رسائل البرقية.

ضع فكرتك الرئيسة في البداية وبشكل مباشر، وإذا كان لديك بعض الشروح والتفاصيل فاتركها للمتن فيما بعد، فمحاولة قول كل شيء في البداية يجعل المتلقي في حالة تشويش وعدم فهم لما تحاول أن تقول.

والإيجاز يعني أن الكاتب أوالمتحدث قد بذل جهداً أكبر في كتابة الرسالة وتقديمها وليس العكس، وكان أحد القدماء العرب كتب رسالة طويلة واعتذر في النهاية من عدم اختصارها لعدم وجود الوقت المناسب لديه لعمل ذلك، ولكن يجب ملاحظة البعد عن الاختزال المخل بالمعنى.

٣- اللغة المجازية Imagery: استخدم اللغة المجازية والتي تعود عادة لأذواقنا وتجاربنا وانطباعاتنا، وبالذات حواسنا الخمس من لمس، وشم، وذوق، ورؤية، وسماع. إننا لا نستطيع أن نجعل المتلقي يستخدم حواسه في الموضوع المطروق بشكل مباشر، لكن نستطيع أن نستحضر إلى ذهنيته عن طريق الكلمات تذوق الشيء أو لمسه أو شمه، حاول أن تعيد بناء إغراءات المنتج للحواس يمكن لك تدريب نفسك على اتقان هذه المهارة من خلال متابعة الإعلانات الخاصة بالمأكولات والمشروبات وكذلك العطور إنها دائماً تستخدم طرق عديدة وتكتيكات مختلفة لاستحضار الحواس لذهنيتك بصفتك متلقياً. إنك من خلالها تستطعم المنتج، أو تشم رائحته، أو تلمسه... إلخ.

٤- الاهتمام الإنساني Human interest: يقصد به هنا مدى اتصال الرسالة وارتباطها بالمتلقي وتقوم عملية قياسها على معرفة معدل الكلمات والجمل الشخصية، فيتم مخاطبة المتلقي من خلال الضمائر الشخصية مثل استخدام كاف المخاطب، والأسماء القريبة من المتلقي. (العوفي، ٢٠١١؛ Witte, Allen,2000; Rokos-Ewoldsen, and Rhodes,2004).

٥- ضرب الأمثلة والملخصات الإحصائية: نظراً لأهمية ضرب الأمثلة التفصيلية للموضوع المطروح، وكذا تقديم الملخصات الإحصائية لعدد كبير من الأحداث أو الحالات المتعلقة بالموضوع، فإنه يفضل أن تستخدم الطريقتين ليولدا لك تأثيراً إقناعياً أكبر، كأن تقوم بإلقاء الضوء على حدث تفصيلي معين يسبقه ملخص إحصائي كمي لأحداث مشابهة وسواء أكان هذا في إلقاء مباشر أمام الجماهير أم عند كتابة رسالة في إحدى الوسائل الإعلامية.

٦- الاستمالات العاطفية والمنطقية: استخدم الاستمالات العاطفية والمنطقية في رسائلك، فلكل منها دور واضح في تحقيق أهدافك الإقناعية، والإكثار من واحدة على أخرى يعتمد على طبيعة الجمهور المتلقي وماهية الموضوع المطروح، فهناك موضوعات تحتم عليك التركيز على الرسائل العاطفية نتيجة لطبيعتها العاطفية أو عدم وجود ما يساعد في الموضوع على بناء الرسائل الإقناعية، وبشكل عام فإن الشباب والنساء أكثر تأثراً بالرسائل العاطفية، والرجال أكثر تأثراً بالاستمالات العقلية.

٧- الاستمالات التخويفية: تُعنى الاستمالات التخويفية بمدى قدرة استخدام التخويف في التأثير على تغيير الاتجاهات والسلوكيات للمتلقين، وما طبيعة الدرجة التخويفية التي يفضل استخدامها.

وتفيد الدراسات هنا على أنه وبشكل عام، فإن التخويف المتوسط أكثر قدرة على التأثير من التخويف العالي والقليل، ولكن عندما يكون المتلقي غير قلق حول الموضوع، أو عندما يعتبر نفسه حصيناً عند التعرض له، فإن استخدام التخويف العالي يكون أفضل وأنجع في التأثير على المتلقي وبالتالي في تغيير اتجاهاته وسلوكياته. أما عندما يرى المتلقي أن الموضوع يتعلق به بشدة أو يشعر بالقلق فإنه في الغالب يتجنب التعرض لرسالة التخويف الشديد. (العوفي، ٢٠١١؛ O'Keefe,1990,P.202).

إستراتيجيات الطلبات المتتابعة

إذا كان لديك طلبات كبيرة وتريد من أحد أن يلبيها لك، فإن هناك ثلاث إستراتيجيات يمكن استخدام إحداها وذلك حسب الظروف والتوقيت وطبيعة الموضوع والشخص أو الجمهور المستهدف:

١- **إستراتيجية موطئ قدم Foot-in-the door**: تقوم هذه الإستراتيجية على أساس أن تقدم للمتلقي طلباً يسهل عليه أن يلبيه لك دون أي حرج كان. بعد أن يوافق المتلقي على الطلب، تقدم له الطلب الثاني وهو الهدف الأساسي وليس الطلب الأول، فعلى سبيل المثال: لديك زميل متميز في المحاضرات وتعرف أنه لا يغيب عنها ويقوم بمتابعة الأستاذ وتدوين كامل المحاضرة، كما يقوم بتلخيص الكتب المقررة، فإذا أردت أن تحصل على كل الكراس المقرر الذي يحوي تدوينه وملخصاته، فإنك تبدأ بطلب أول ليس هو هدفك فتطلب منه أن يعطيك ملخص إحدى المحاضرات التي كنت غائباً عنها، ثم بعد الموافقة تطلب منه أن تقوم بتصوير ملخص كل المحاضرات، السبب في هذه الإستراتيجية هو توقع بأن الشخص لو طلب منه الطلب الأساسي يرفض لذا، يتم تجزئة الطلب إلى طلبين، الطلب الأول أسهل من الطلب الثاني.

وتدل الأبحاث على أن نجاح هذه الإستراتيجية يكون أكبر في حالة أن الطلب الأول المذعن له كبيراً أي كلما كان الطلب الأول كبيراً، أصبحت فرصة تحقيق الطلب الثاني الأكبر أكثر وبالتالي نجاح الإستراتيجية، وتدل الأبحاث أيضاً على أن فرصة النجاح لهذه الإستراتيجية أكبر في حالة قيام المتلقي بأداء الطلب، وليس فقط الموافقة عليه (العوفي، ٢٠١١؛ O'keef,1990,P.170, Burger,1999, O'keef, 2002, P.231).

٢- **إستراتيجية باب المواجهة Door-in-the-Face**: تعتمد هذه الإستراتيجية على أن تقوم بتقديم طلب كبير وثقيل من المتلقي عارفاً أنه لن يلبيه أو على الأقل لا يستطيع تلبيته، وبعد أن يتم رفض المتلقي له، توجه له الطلب الثاني. وهو طلبك

الأساسي، أو الطلب الذي تريد تحقيقه، وهو طلب في متناول المتلقي وأسهل كثيراً من الطلب الأول.

تدل الدراسات الإقناعية على أن هناك مجموعة من العوامل الوسيطة ذات التأثير المباشر على تحقيق هذه الإستراتيجية لأهدافها، فالتأثير سيكون أكبر لو تم التالي:

- تنفيذ الطلب الثاني مباشرة بعد الطلب الأول وليس مثل إستراتيجية موطئ قدم التي ترى أهمية أن يتحقق الطلب الأول، ثم يلحق بالطلب الثاني.
- إذا قام الفرد نفسه الذي قدم الطلب الأول، بتقديم الطلب الثاني.
- إذا كان المستفيد من الطلبين هو الجهة أو الفرد نفسه.
- إذا تم تقديم الطلب وجهاً لوجه وليس عبر وسيط كالهاتف، أو الإيميل.
- إذا تم تقديم الطلب من جهة اجتماعيه أو خيرية وليس جهه إعلانية مثلاً كما هو الحال في إستراتيجية موطئ قدم (Okeefe and Hale,1998 & 2001; Okeefe,2002).

ودون شك أن تحقق الشروط أو العوامل الوسيطة السابقة يساعد في أن يكون تأثير إستراتيجية باب المواجهة أكبر، لكن لا يعني عدم تحقيقها سقوط هذه الإستراتيجية. على سبيل المثال: نجد أن رجال البيع يستخدمونها أحياناً وبنجاح كبير إذ يضعون سعراً كبيراً على السلعة، ثم يقدمون سعراً خاصاً بتخفيض خاص، ولو طبقنا مثالنا السابق على هذه الإستراتيجية، فإنه يكون كما يلي: أنت تريد في الواقع ملخص محاضرات إحدى المقررات فتقدم الطلب لزميلك المتفوق بأنك ترغب في الحصول على ملخصات جميع المقررات وعند رفضه، ستقدم له مباشرة طلبك الأساسي وهو فقط محاضرات المقرر المعني.

٣- إستراتيجية المساعدات التبادلية Reciprocal Helping: وبالرغم من عدم الحديث عنها كثيراً من قبل علماء الإقناع، إلا أنها إستراتيجية فاعلة. وتعتمد هذه

الإستراتيجية على تقديم خدمات مهمة لشخص ترغب فيما بعد أن يحقق لك طلباً، لذا ينبغي أن تتم مساعدتك له في موضوعه قبل أن تطلب منه طلبك والذي ينبغي أن يتم فيما بعد.

تكمن مشكلة هذه الإستراتيجية في الحاجة أن تقدم خدمات مهمة للشخص المراد الطلب منه وهذا قد لا يتوفر دائماً، كما أنه غالباً ما يكون محصوراً في علاقات الأصدقاء والزملاء والأقارب.

إستراتيجيات تنظيم الرسالة

تؤكد آراء الباحثين في الإقناع حيال هذا الموضوع على النقاط التالية :

١- **خلق الرغبة لدى المتلقي** : ويقصد بها أن يجذب المرسل المتلقي للموضوع الذي يتحدث فيه ويخلق لديه الرغبة فيه وإلا فإن المتلقي لن يتعرض له أو أنه يتعرض لكن دون إصغاء أو انتباه لما يقوله المرسل، ناهيك عن وصول الرسالة إليه والتأثير عليه. لذا، ينبغي أن يستخدم المرسل عوامل التشويق عند استهلال الرسالة، وأن يربط الموضوع بالمتلقي، ويوضح أهميته له، وأن يستخدم اللغة الواضحة والتعابير السلسة وفقاً لهدف دقيق.

٢- **بث الرغبة في التغيير** : لابد أن يشعر المتلقي بنوع من الرغبة في التغيير، ولابد له من أن يشعر بوجود المشكلة التي تتطلب الحل، كما لابد أن يشعر بوجود علاقة بينه وبين موضوع المشكلة.

٣- **إعداد الخطط لحل المشكلة** : لابد أن يوضح المرسل كيفية التخلص من المشكلة، ويبين دور المتلقي في علاج المشكلة أو التخلص منها.

٤- **المقارنة بين الحلول والخطط المقدمة** : لابد أن يقوم المرسل بالمقارنة بين الحلول والخطط المقدمة وإبراز مميزات الخطة المقترحة وسلبياتها.

٥- توجيه المتلقي: لابد أن يقوم المرسل في نهاية رسالته بتوجيه المتلقي لما ينبغي عليه فعله بشكل واضح لا لُبس فيه. (العوفي، ٢٠١١ ؛ Ross,1986,PP.136-137).

المتطلبات الإقناعية

عند محاولتك تقديم عرض إقناعي

هنا أقدم مجموعة من الخطوات المهمة التي يرى علماء الإقناع ضرورة أن يتأكد منها من أراد أن يقدم عرضاً إقناعياً لفرد أو مجموعة وسواء أكان العرض حول خدمة أم سلعة أم فكرة... إلخ، وتشمل هذه الخطوات باختصار ما يلي:

أولاً: معرفة المعلومات عن خلفية الشخص أو المجموعة التي سوف تقنعها

- مَن هو/هم الأشخاص الذين سوف أقابلهم؟، وما تعليمهم؟.
- كيف هي شخصياتهم؟، وهل ستؤثر على إستراتيجياتي؟.
- ما قناعاتهم؟، ورغباتهم؟، وأهدافهم؟، واحتياجاتهم؟.
- كيف سيستفيدون من العرض الذي سوف أقدمه؟.

ثانياً: تحديد أهدافك بدقة

- ما أهم أهدافك من هذا العرض؟.
- ما النتائج التي تتوخاها؟.
- ما أسوأ النتائج التي سوف تحصل عليها؟.
- ما أفضل النتائج التي سوف تحصل عليها؟.
- ما النتائج المتوقعة؟.

ثالثاً: إستراتيجيات لتطوير العلاقة والحفاظ عليها

من المهم دائماً لإخصائي الإقناع أن يطور علاقات وئام مع الناس ليُكوّن أصدقاء وأن يحافظ على هذه الصلات مهما حدث، إن صلات الوئام Rapport هي زيت كل

الاتصالات الإنسانية. إن الناس لا تشتري المقترح أو السلعة المقدمة لوحدها بل إنها تشتري الإنسان المقدم قبلها، الناس تشتري الناس ويقول المثل الشعبي: "أنا أشتري رجّال" إمعاناً في أهمية الإنسان الذي نتعامل معه، فمهما تكن الخدمة أو السلعة التي يقدمها إذا لم تكن ترتاح للشخص، فإنك تصرف النظر عن فكرته أو سلعته وتبحث عن شخص آخر يقدمها أو مثيل لها.

إن العلاقة الإنسانية قمة مهارات التأثير الاتصالي وهي تتجاوز مدى معرفتك وخبرتك بالمقترح، إننا في يومنا كله منذ استيقاظنا من نومنا وحتى الهزوع إليه نعيش في تواصل علاقي مع الناس ودون هذه العلاقات لا نستطيع أن نفعل شيئاً (Storey,2009,P.64).

لو افترضنا وجود مكانين لشرب القهوة بجانب بيتك أحدهما يعمل قهوة أفضل ويقدم أنواعاً أكثر من الآخر، لكن العاملين فيه يتعاملون بجفاء وصلف وبرود، ويتميز المقهى الآخر بخدمة أفضل عن طريق مجموعة من الأشخاص الذين يبذلون قصارى جهدهم في خدمتك، السؤال: لأي المكانين ستذهب كل صباح وتقابل أصدقاءك أو من تريد أن تسمع منهم؟، الأرجح أنك ستتجه للمكان الذي تحس فيه بالود والحميمية حتى لو كانت أنواع القهوة فيه محدودة والمكان أقل ديكوراً وجاذبية.

- يرى ستوري أنه يسهل عمل التأثير إذا كنت:
- قادراً على تكوين علاقة قوية طويلة الأجل بسرعة وسهولة.
- عارفاً كيف تعشق شخصيتك الآخرين.
- واعياً وقادراً على استخدام مهارات الاتصال غير اللفظي (Storey,2009,P.65).

لذا، عليك وأنت تقدم عرضك الانتباه لما يلي:

- ابتسم دائماً وتحدث بلطف ورفق وبين وجهة نظرك دون تحقير الآخرين.
- استخدم الاتصال غير اللفظي سواء كنت متحدثاً أو كنت مستمعاً.

- انظر للأشياء من عدة وجهات نظر سواء أكانت آراؤك أم آراء الغير، وتخيل كيف ينظر إليها من الخارج (Storey,2009.P.67).
- انتبه لوقت الآخرين فالناس في هذا العصر مشغولون جداً لذا، قدم ما لديك دون إطالة، وأشعرهم أنك تعرف أنهم مشغولون. فهذا يزيد من تقبلهم لك.
- عندما تقدم طلباً مكتوباً إلى مسؤول، فلا تتحدث إليه وهو يقرأ اتركه يركز على ما يقرأ.. بعد انتهائه يمكن أن تتحدث إليه وتفصِّل بعض النقاط، وربما هو يستفسر عن شيء ما (بورج، ٢٠١٠، ص٣٠٥).
- لا تعبس عندما يرفض طلبك وتقبَّل الأمر وسواء أكان هذا العرض المقدم من قبلك لطلب ترقية أم لقبول فكرة مشروع ما، إن عبوسك وعدم تقبلك للأمر يجعل الطرف الآخر أكثر دفاعاً عن نفسه بل إنك ترتكب حماقة فيما لو تفوهت بكلمات مثل: ضيعتوا وقتي، أهدرت الكثير من المال في سبيل هذا العرض، بسببكم رفضت عرضاً آخراَ، لأن مثل هذه الكلمات تقطع أواصر العلاقة، وتذكَّر دائماً أنه قد تكون حالة المسؤول في ذلك اليوم سيئة، أو أن مزاجه غير صافٍ، وربما غير رأيه في وقت آخر، كما لا تنسى أنه يمكن أن تحتاج لهؤلاء الناس مرات قادمة لذا، أبق أواصر الود وتقبل الأمر بابتسامة وارحل بطريقة ودودة (بورج، ٢٠١٠، ص٣٠٩).

رابعاً: الأسلوب الإقناعي المناسب

في الواقع هناك أساليب عدة على أخصائي الإقناع اختيار المناسب منها، وينبغي أن يسلح نفسه بعدد وافر من هذه الإستراتيجيات، وأن يتدرب عليها، ويمارسها لأنه قد يحتاج في جلسة واحدة أن يستخدم عدداً منها من أجل إقناع المتلقي. ولعل من أهم هذه الأساليب والإستراتيجيات ما يلي:

- أسلوب إشعار الآخرين بقوتهم Empowerment: ويمكن تلخيصه في أن أخصائي الإقناع يحاول أن يُشعر الشخص أمامه بالقيمة من خلال مدحه ومساندته طبعاً دون تملق ونفاق.
- التعرف على طبيعة ما يقلق الآخرين ومحاولة معالجة ذلك من خلال العرض المقدم.
- بناء علاقات الوئام والصداقة وأخذ الوقت اللازم للتعرف على الآخرين من حيث قيمهم، ورغباتهم، واعتقاداتهم، واحتياجاتهم.
- إشعار المتلقي بالنظرة المشتركة Common Vision بمعنى إظهار أن أفكارك والعرض الذي تقدمه يخدم أهداف المتلقي.
- استخدام أسلوب المنطق (الذي يعتمد على الحقائق، والأرقام، والإثباتات).
- استخدام الأسلوب العاطفي Emotional Persuasion والذي يركز على استخدام العاطفة في التأثير (Story,2009,PP.109-111).

خامساً: توقع الاعتراضات وكيفية مواجهتها Anticipating Objections

إن أفضل الطرق لتوقع الاعتراضات هو أن تضع نفسك مكان المتلقي (الشخص المراد إقناعه) تخيل كيف ستنظر للعرض فيما لو كان مقدماً لك؟، وما الشكوك والخوف والاعتراضات التي يمكن أن تتكون لديك؟.

بعد أن تتوقع هذه التساؤلات ضع لها إجابات وينبغي أن تكون موجزة وعليك بعد الانتهاء من الإجابة أن تسأل عما إذا كنت أجبت على التساؤل أم لا.

وينبغي أيضاً أن تتوقع أسئلة أخرى ربما لم تخطر على بالك وعليك عندها التسلح بالثقة والمعرفة بالموضوع الذي تقدمه، إذا كان العرض يحتوي بعض النقاط التي هي من اختصاص خبير أو فني فليكن معك حتى يستطيع أن يقوم بالإجابة.

الخطوات الأساسية قبل اتخاذ القرار

يقدم لنا ستوري (Storey,2009.PP.132-134) خطوات سبع قبل اتخاذ القرارات هي:

الخطوة الأولى– الاهتمام والرغبة Interest

أن يتم لفت الانتباه والرغبة إلى المادة المقترحة منذ البداية والاحتفاظ به لفترة كافية حتى يتم الانتقال للخطوة التالية، و يختلف تكوّن الرغبة، فقد يكون عبر رؤية شيء ما، أو سماع صديق يتحدث عن فكرة معينة، أو مشاهدة إعلان عن سلعة محددة.

الخطوة الثانية – الحاجات والضرورات Needs and Wants

بعد أن يتم الاستحواذ على انتباهنا وإثارة الرغبة فينا، نبدأ نسأل أنفسنا مجموعة من الأسئلة مثل: هل أحتاج هذا المقترح أو السلعة؟، وإلى أي درجة هي مفيدة لي؟، وهل هي ضرورية؟، وهل يمكن أن نستغنى عنها؟، وهل الظروف مواتية؟ وهكذا، ثم ننتقل إلى الخطوة التالية.

الخطوة الثالثة – الاكتشاف Finding Out

يرى ستوري (Storey.2009,P133) أن هذه الخطوة تعد من الخطوات الحاسمة نقوم هنا بمحاولة التأكد والاكتشاف والاختبار فيما إذا كانت هذه الفكرة أو السلعة تفي ببعض معاييرنا ومتطلباتنا من حيث النوعية والقيمة والحجم والشكل، وغيرها من المعايير. كما نهتم هنا بآراء الآخرين وكيف تكون ردّات فعلهم تجاهها؟، وماذا سيكون أثر قرارنا عليهم؟، وعندما نجد الأجوبة على تساؤلاتنا، نذهب للخطوة التالية.

الخطوة الرابعة – التوق للحصول عليها Desire

نكون هنا قد أقنعنا أنفسنا بحاجتنا لها، وأنها تفي متطلباتنا كلها، ويجب علينا الحصول عليها، بعدها نتوجه للخطوة التالية.

الخطوة الخامسة – وزنها وأهميتها (التقييم) Weigting it up

نحاول هنا أن نحلل الفكرة أو السلعة بشكل منطقي وموضوعي فنتعرف على قيمتها النهائية، ونقيّمها بناءً على سعرها وما سوف نجنيه منها، وربما في هذه الخطوة نبحث عن بدائل محتملة لها قبل اتخاذ قرار شراء السلعة أو اعتناق الفكرة، ويمكن أن نصل في نهاية الأمر إلى أن توقنا لامتلاكها لا يوازي ثمنها الباهظ.

الخطوة السادسة – اتخاذ القرار الإيجابي "Saying "yes

في هذه الخطوة حتى لو قررنا شراء السلعة أو اعتناق الفكرة، ربما نقوم باتخاذ خطوات أخرى مثل استشارة صديق أو القيام بعمل صلاة الاستخارة.

الخطوة السابعة – تأكيد عملية اتخاذ القرار Yes, I made a really good decision

ويرى ستوري إن هذه الخطوة مهمة جداً إذ يحتاج الإنسان إلى تأكيد صحة قراره، فيبحث عمّا يؤكده له ليطمئن قلبه. وفي الواقع فإن نظرية فستنجر: التنافر المعرفي Dissonance Theory تؤكد لنا أن الإنسان بعد اتخاذه القرار ليس فقط يبحث عمّا يؤكد قراره بل يتجنب ما قد يثير العكس. فلو أن الفرد اتخذ قرار شراء سيارة BMW بعد تردد بينها وبين المرسيدس فإنه سيتجنب الرسائل التي تؤكد فضائل المرسيدس (العوفي، ٢٠١١).

أرى أن صعوبة الانتقال من خطوة لأخرى يعتمد بشكل أساسي على:

١- طبيعة المادة المعروضة والقرار الذي ينبغي اتخاذه حيالها، فإذا كان شراء بيت مثلاً فإنه سيختلف عن قرار شراء طاولة طعام. يكون القرار أسرع إذا كان القرار مجرد شراء شيء بسيط.

٢- يعتمد الانتقال من خطوة لأخرى إسراعاً في اتخاذ القرار، على طبيعة المقدم، فليس كل من حاول أن يقنع الطرف الآخر يستطيع ذلك بسهولة لذا، فإني أرى أنه

كلما كان مقدم العرض صاحب قدرات إقناعية وتميز، استطاع بسلاسة أكثر أن يسرِّع في اتخاذ القرار.

٣- يعتمد الانتقال من خطوة لأخرى إسراعاً في اتخاذ القرار، على نوعية الشخصية التي يحاول المُقدم التأثير فيها، فليس كل الشخصيات سواسية، فهناك الشخصيات المترددة بطبيعتها، والشخصيات التي سبق أن اتخذت القرار نتيجة لمعلومات أو تجارب سابقة.

كلمات يجب عدم استخدامها أثناء عرضك الإقناعي

يقدم لنا علماء الإقناع والاتصال العديد من الكلمات والجمل التي ينبغي عند محاولاتنا لإقناع الآخرين من عدم استخدامها. سنقدم فيما يلي أمثلة على أشهر هذه الكلمات والجمل (Storey.2009,PP.135-137) :

- كلمة لكن: تعد كلمة لكن من أشهر الكلمات التي غالباً ما ينصح علماء الإقناع بالابتعاد عن استخدامها بعد كلمات الثناء لأنها تجُب ما قبلها. مثال: "أنا أتفق معك تماماً، لكن."، أو "ما قلته صحيح تماماً، لكن." فتعني الجملة بعد وضع لكن بعدها العكس تماماً، فأنت هنا تقول: "أنا لا أتفق معك أبداً"، أو "ما قلته غير صحيح أبداً".

وتكمن المشكلة هنا في أنها تخلق ردة فعل سلبية ودفاعية للشخص الذي تحاول إقناعه. لذا، يُنصَح باستبدال كلمة "لكن" "بحرف الواو" في كل مرة ترى أنك تحتاج استخدام "لكن". على سبيل المثال، يمكن استخدام الجملة كالتالي: "أنا أتفق معك تماماً، وأرى أيضاً." أو "أفهم وجهة نظرك، وأريدك تفهم وجهة نظري" وذلك بدلاً من "أفهم وجهة نظرك، لكنك لا تفهم وجهة نظري" (بووهر، ٢٠٠٦، ص٢٩ ؛ Storey,2009,P.135)

- كلمة لا أتفق معك وغيرها من الكلمات القاطعة: يستخدم بعض المتحدثين كلمة "أنا لا أتفق معك" للشخص الذي يحاول إقناعه، ودون شك فإن مردودها سلبي جداً، تجعله هو أيضاً لا يتفق معك حتى لو أن لديك فعلاً فكرة أفضل. من حقك طبعاً ألاّ تتفق معه، لكن قل ذلك بشكل ألطف وبعيداً عن الاستفزاز وربما الإهانة، خاصة إذا قلت هذه الكلمة لصاحب منصب كبير أمام مجموعة من مساعديه وموظفيه لذا، قل: "نعم أرى وجهة نظرك، وأعتقد أن عندي وجهة نظر أخرى قد تكون أفضل لو" وقس على ذلك كلمات أخرى لا يفضل قولها مثل: "أنت أسأت الفهم"، "أنت مخطئ"، "ليس بهذه الصورة التي تقولها إطلاقاً" (بووهر، ٢٠٠٦، ص٢٨ ؛ Storey,2009,P.135).
- كلمات قد تستفز بعض الجمهور فيبدأ معارضتك بعض الحاضرين بسببها، ويرى عكس الحتمية التي تفترضها، مثل: حتماً، دون شك، ودون جدال؛ لذا، قل: "إذا كنت مصيباً فأنا أعتقد." وهذه تترك إمكانية أن افتراضك قد يكون غير دقيق أو صحيح وتترك للآخرين تصحيح رأيك. وهم عادة لا يفعلون متى ما كانت لغتك بهذا التهذيب.
- هناك في الواقع العديد من الجمل التي ينبغي عدم استخدامها لأن وقعها على سمع المتلقي سلبي جداً منها:
  - أتمنى ألاّ تكون مشغولاً جداً حتى تقابلني.
  - قل: لا، متى ما أردت.
  - أنا لا أعرف كيف أعبر عنها.
  - لا تخف، لن تكلفك كثيراً.

اعرف الموضوعات التي ليس من المناسب إثارتها

في كثير من الأحيان يتم الحديث الجانبي حول موضوعات مختلفة وذلك قبل بدء العرض أو حتى بعده، خاصة عندما يرافق العرض موعداً للغداء مثلاً. هنا يجب عليك عدم الخوض في موضوعات حساسة قد تختلف مع الشخص أو المجموعة التي تريد إقناعها بعرضك ومن أهم هذه الموضوعات الحساسة: الدين، والسياسة، واقتصاد الدولة، ومشكلاتك الشخصية أو ما تعرفه عن الشخص المقابل وغيرها. لأن الحديث في مثل هذه الموضوعات قد يعطي وجهة نظر سلبية عنك وتنطبع في ذهنية المتحدث إليه، وتُلقي في النهاية بظلالها السلبية على عرضك (بووهر، ٢٠٠٦، ص١١١).

نقاط إقناعية عامة

فيما يلي بعض النقاط الإقناعية العامة، التي ينبغي لرجل الاتصال الاهتمام بها بقدر الإمكان وهي كما يرى مجموعة من علماء الإقناع كالتالي:

- انظر للمتلقي عند الحديث سواء أكان جمهوراً عاماً أم شخصاً مفرداً لا يصدق الجمهور من لا ينظر إليه، مع مراعاة الاختلافات الثقافية بين شعب وآخر، وبين جنس وآخر.
- المتحدث النشط والمتحرك أكثر إقناعاً من الشخص الواقف بشكل جامد على منصة التقديم. وفي المثل الشعبي يقولون: "الحي يحييك".
- يظهر الأشخاص الطوال أكثر إقناعاً من القصار خاصة عندما يظهرون مع أطراف أخرى طوال القامة لذا، نجد عند المناظرات العامة يهتم الخبراء بعدم ظهور قائدهم بشكل يبدو فيه أقصر من الطرف الآخر، حتى لو اضطر لوضع عتبات معينة خلف منصة الحديث.

- الاهتمام بالمظهر والنظافة العامة لأنها تؤثر على مدى مصداقية المتحدث وقدرته على الإقناع.
- الخبرة لا تقتصر على الخلفية السابقة للمتحدث في الموضوع المتحدث عنه، فإذا كنت لا تملك الخبرة التي يبحث عنها الجمهور فعليك بالاستشهاد بآراء خبراء معروفين فيه.
- جهز نفسك واستعد جيداً للحديث فالقراءة من النص تعطي انطباعاً أنك لست خبيراً (العوفي، ٢٠١١؛ Storey,2009؛ بورج، ٢٠١٠؛ بووهر، ٢٠٠٦).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: هناك كلمات ينبغي عدم ذكرها أثناء عرضك الإقناعي، اذكر أمثلة لها؟

الإجابة

السؤال الثاني: ما أكثر الأسباب وراء محاولاتنا لإقناع الآخرين؟

الإجابة

السؤال الثالث: عند بناء الرسالة اهتم علماء الاتصال والإقناع بثلاثة موضوعات ما هي؟

الإجابة

السؤال الرابع: ماذا نقصد باللغة المجازية؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

اكتب موضوعاً في حدود ٢٠ سطراً تقنع فيه زميل لك بموضوع حديث يتم تداوله هذه الأيام، هذا الموضوع جدلي وهناك عدة آراء حوله، وزميلك ليس لديه رأي واضح حول هذه الاتجاهات.

اكتب الموضوع وحدد كيفية بناء الرسالة لتكون مقنعة لزميلك، ثم بعد ذلك تناقش مع زميلك حول الموضوع.

تدريب (٢)

اقنع زميل لك حول أخذك لشيء متوفر لديه مثل: المحاضرات التي يكتبها بعناية، أو سيارته التي يحبها كثيراً، أو أي شيء آخر، استخدم إستراتيجيات الطلبات المتتابعة.

تدريب (٣)

قم أنت وزميل لك أو أنت وزميلة لك بمتابعة مجموعة من الإعلانات حول سلع معينة تهم الشباب أو الفتيات، ثم بين ماذا أثارت في كل منكما هذه الإعلانات؟، وقارنها بخطوات ما قبل اتخاذ القرار.

تدريب (٤)

يقوم مجموعة من المتدربين أو المتدربات بعمل عرض إقناعي حول خدمة أو سلعة معينة لزملائهم أو زميلاتهم ما الخطوات التي ينبغي عملها؟، وكيف كانت نتيجة العرض، كما يذكر المتلقون؟.

الفصل التاسع

مهارات المقابلة

Interviews Skills

● خطوات ما قبل المقابلة الشخصية ● خطوات المقابلة الشخصية ● خطوات عدم اتخاذها يقود إلى السقوط في المقابلة ● خطوات ضرورية لتجاوز المقابلة بنجاح ● الدعوة لإجراء مقابلة خطوة نجاح أولى ● تنظيم السيرة الذاتية ● الخطاب الذي ترفق به السيرة الذاتية ● أخطاء في كتابة السيرة الذاتية ● أشياء يجب ألا تحويها السيرة الذاتية

تمهيد

تتنوع المقابلات وتتعدد، فهناك مقابلات لاختيار التخصص أثناء الدراسة، وهناك مقابلات الالتحاق بجامعة أو معهد دراسي، وهناك مقابلات للتعيين في وظيفة، وهناك الترقية لوظيفة أعلى وهكذا. هنا، وبحكم أنك طالب جامعي أو باحث عن وظيفة أو راغب في تحسين وضعك الوظيفي، فإن أهم ما تتوق إليه هو التخرج من الجامعة ومن ثم الحصول على الوظيفة التي ترغبها، لذا فإن تركيزك سيكون على المقابلة من أجل الوظيفة، وبالرغم من هذا التنوع والتعدد إلا أن الكثير من القواعد والأساسيات الخاصة بالمقابلة واحدة.

خطوات ما قبل المقابلة الشخصية

- **التعرف على الرغبات والقدرات**: وهذا لا يتأتى إلا بعد أن يعرف الإنسان قدراته وميوله ورغباته، الأشياء التي يحبها في العمل، والأشياء التي يكرهها، وماذا يريد أن يكون؟، وكيف يريد أن يحقق ذلك طبقاً لرغباته واستعداداته النفسية والبدنية؟.
- **البحث عن الوظيفة أو المكان الذي يريد الالتحاق به**: إذا كنت تبحث عن وظيفة فابحث في كل مصادر الوظائف سواء أكان ذلك عن طريق الإنترنت، أو التوظيف، وإن كنت تبحث عن دخول تخصص معين أو الالتحاق بدراسات عليا، فقم بعمل البحث عن الجامعات والكليات ذات العلاقة ومراكز القبول فيها لتقديم أوراقك إليها، يجب ألا تقدم لأي وظيفة، أو لأي تخصص فقط، لأنك ترغب في الحصول على وظيفة أو ترغب الحصول على شهادة.
- **الحصول على شهادات تزكية**: إن القبول في جامعات، أو الحصول على وظيفة، يتطلب حصولك على شهادات تزكية من أساتذتك أو رؤسائك السابقين تبين قدراتك ومهاراتك التخصصية، وسماتك الشخصية، ومن هنا احرص على ألا تحصل على الشهادات من أي أستاذ أو رئيس عمل سابق لك، بل احرص على أن تحصل على هذه الشهادة من أشخاص عرفوك أكثر ولديهم انطباع أحسن عنك قدر الإمكان. فمثلاً سيكتب لك الأستاذ الذي حصلت عنده على درجة (أ) في مادته، أفضل من أستاذ آخر حصلت عنده في مادته على درجة (د)، وكذلك سيفعل مسؤولوك السابقون.
- **إعداد السيرة الذاتية**: ينبغي على مَن يرغب التقدم لوظيفة أن يهتم بإعداد سيرته الذاتية وفق البناء والتنظيم المتعارف عليه، وأن تكون المعلومات التي في السيرة هي آخر معلومات يمكن أن يقدمها الشخص عن نفسه.

في نهاية هذا الفصل خصصنا جزءاً لكيفية تنظيم وبناء السيرة الذاتية، وأهم المحاذير التي يجب تجنبها عند إعدادها.

خطوات المقابلة الشخصية

فيما يلي نورد بعض الخطوات المهم عملها قبل وأثناء المقابلة الشخصية، وهي خلاصة لتجارب باحثين ومتخصصين (Condrill and Bough, 2007; Steps to success,2004,PP.1-13 ؛ الجنيدي، ٢٠٠٧، ص ص ٢١٥- ٢٢٢).

الخطوة الأولى: مراجعة السيرة الذاتية وطبيعة المنشأة: وتعتمد هذه الخطوة على شقين رئيسين:

أ) **الشق الأول**: ويتعلق بشخصك وسيرتك الذاتية لذا، عليك مراجعة سيرتك الذاتية التي قمت بإرسالها للمنشأة. تذكر ما كتبت فيها، ثم حاول أن تتوقع بعض الأسئلة المشتقة من سيرتك الذاتية، مثلاً: في تعليمك لماذا اخترت هذا التخصص؟، أو لماذا لم تكمل تعليمك لمرحلة أعلى؟، أو لماذا لم تتوظف حتى الآن بالرغم من مرور وقت طويل على تخرجك؟، أو لماذا تركت الوظيفة السابقة؟، أو لماذا توظفت في وظيفة في غير تخصصك؟ وهكذا أسئلة.

ب) **الشق الثاني**: ويتعلق بالبحث في المنشأة إذ يجب عليك قبل الذهاب للمقابلة أن تتعرف قدر الإمكان على الشركة أو الوزارة أو الهيئة المقصودة، وعمّا سيقابلك؟، وماذا عليك أن تتوقع؟:

يعتبر موقع المنشأة على الإنترنت هو المكان الأول الذي يمكن من خلاله أن تحاول معرفة الكثير عن المنشأة: تاريخها، أعمالها، رسالتها، أهدافها، أعداد موظفيها، موقفها الاقتصادي والاجتماعي والمالي، وأنظمتها وقوانينها كما يمكن أن تتعرف على

بعض من إصداراتها ومطبوعاتها، وبعض المقالات عنها، كما يمكن الإطلاع على النشر الإعلامي الخاص بها.

في حالة عدم وجود موقع، أو أنه غير متكامل وغير مجدد، فبإمكانك الحصول على بعض هذه المعلومات من خلال زيارة موقع الشركة، وخاصة قسم العلاقات العامة حيث بإمكانك التزود ببعض إصدارات المنشأة.

تساعدك الزيارة أيضاً في معرفة موقع المنشأة ومكوناتها وطبيعة العمل فيها، كما يمكن أن تتحدث مع بعض موظفيها وإذا كانت هناك مقابلات مع بعض المتقدمين، يمكن أن تتحاور معهم عن طبيعة المقابلات وكيفيتها.

الخطوة الثانية: استعد ذهنياً للمقابلة: عليك أن تعمل كل ما يمكن فعله من استعدادات ذهنية للمقابلة مثل التالي:

- توقع الأسئلة وأجب عليها، ثم تمرن على الإجابة وهي من نوعين: أسئلة قياسية عادة ما يسأل عنها أو عن بعضها المقابل مثل: تحدث عن نفسك، كيف تتوقع نفسك بعد ٥ أو ١٠ سنوات من الآن؟، ما أهم مميزاتك وعوامل قوتك؟، ما أهم نقاط ضعفك؟، صف لحظة صعبة مرت عليك؟، وكيف تعاملت معها؟، كيف ترى أن تخصصك مرتبط بهذه الوظيفة؟.

وأسئلة تتوقع طرحها بناءً على سيرتك الذاتية وعلى عملك: لماذا اخترت هذا التخصص؟، كيف كانت تجربتك في جامعتك أو عملك السابق؟، لماذا تركت وظيفتك السابقة؟، وهل تحب أن تغير وظيفتك أو الجهة التي تعمل فيها من وقت لآخر؟.

- قبل المقابلة، تصور سيناريو المقابلة، وتخيل نفسك وقد قمت بالإجابة على الأسئلة بشكل احترافي، وظهرت شخصاً متحمساً وراغباً في التطور والمساهمة في إنجاح المنشأة.

• حاول أن تصل إلى المنشأة أو مقر المقابلة قبل موعدها بوقت كافٍ مثلاً ١٥ دقيقة أو أقل، اعمل خلالها يها بعض التمارين التي تحدثنا عنها سابقاً، والتي تساعدك في إزالة التوتر النفسي بإمكانك أيضاً الاطلاع على الشركة أو المنشأة إذا لم يسبق لك مشاهدتها لتأخذ تصوراً عنها.

• استعد أن تطرح الأسئلة على المقابل، فالمقابلة تخص مستقبلك أيضاً، لذا، أعدّ بعض الأسئلة التي تحدد مدى صلاحية الوظيفة ومتطلباتها لك، لا تقبل أي وظيفة بل ابحث عن الوظيفة التي تفيدك، لا تسأل عن مميزات الوظيفة المالية في أول المقابلة، لكن يمكن أن تسأل عن:

- قيم المنشأة وأهدافها وتوجهاتها.
- عوامل نجاح المنشأة.
- فرص الترقية.
- سياسات التطور الاحترافي.

الخطوة الثالثة: اخلق انطباعاً إيجابياً أثناء المقابلة:

• **كن في الوقت المناسب للمقابلة:** احذر من الحضور المتأخر، أو حتى الحضور في موعد المقابلة بالضبط، لابد أن تسبق ذلك بدقائق قليلة لتعطي نفسك فترة من الراحة وعدم الاستعجال أو الدخول وأنت تلهث؛ لأن هذا يفقدك السيطرة على إجاباتك ويشتت ذهنيتك. تأكد من موقع المقابلة ومكانها بالضبط، ومدى بعد الموقع عن المكان الذي ستأتي منه، وبالتالي الوقت الذي يستغرقه الحضور إليه، جرب ذلك قبل المقابلة بيوم.

• **كن متحمساً:** بيِّن رغبتك في الوظيفة، وما يمكن لك أن تقدمه للمنشأة، ووضِّح رغبتك في هذا النوع من العمل وكيف أنه يُشبع رغباتك وطموحك، وأكِّد تحمسك للمنشأة نفسها وأسباب ذلك.

- **كن إيجابياً:** في حديثك وإجاباتك حتى عند الحديث عن سلبياتك ونقاط الضعف فيك؛ لتبدو شخصاً يحب المواقف الصعبة والتحديات ويواجهها، ويبحث عن الفرص لتطوير ذاته.
- **دائماً كن أميناً:** يجب ألا يكذب الإنسان أبداً، بما في ذلك عند المقابلة الشخصية لأن الكذبة مهما صغر حجمها وتغير لونها تؤثر سلباً على المقابل، وقد تكون سبباً في فشله في المقابلة، وثق أن كشف الكذبة يكون أمره سهلاً على المقابل. لابد أن يرافق كلامك عن الإيجابية، والحماس، والرغبة، وحسن السيرة، أخلاقاً سليمة أثناء المقابلة بدءاً من المصافحة، والابتسام، والهيئة، والحديث.

خطوات عدم اتخاذها يقود إلى السقوط في المقابلة

- **عدم القيام بدراسة المنشأة:** تذكر دائماً أن المقابلة تتطلب منك التعرف على المنشأة التي سوف تقابلك، وذلك من خلال إطلاعك على الكثير من المعلومات المهمة عن أهداف الشركة ورسالتها، وتوجهاتها المستقبلية، وطبيعة أعمالها، ونوعية موظفيها، وجماهيرها الإستراتيجية، والخارجية، والداخلية وذلك بإطلاعك على العديد من المصادر من الإنترنت ، ومطبوعاتها وغيرها من مواد.
- **عدم معرفة سيرتك الذاتية:** ويقصد بها عدم مراجعتك لسيرتك الذاتية التي بعثتها للمنشأة ومعرفة تفاصيلها، ونقاط القوة فيها. وعليك أن تتوقع الأسئلة، وأن تتدرب على الإجابة عليها.
- **عدم الاستعداد لطرح الأسئلة على المقابِلين:** في الكثير من المقابلات، وخاصة مقابلات الوظيفة، عليك أن تدرك جيداً، أنك لست مقابَلاً فقط، ولكنك تقوم أيضاً بإجراء المقابلة لابد لك من معرفة طبيعة المنشأة، ونوعية الوظيفة، ومدى ملاءمتها لك، طبيعة الدوام لذا، عليك الاستعداد لطرح أسئلة من هذا النوع .

- **عدم الحضور للمقابلة باكراً**: لابـد أن تحضـر قبـل المقابلـة بوقـت كـاف وذلـك للاستعداد للمقابلة، وتخيل المقابلة وماذا سيحدث فيها، وتصور نجاحك فيها. حضورك في وقت قصير قد يجعلك تجري بحثاً عن مكان المقابلة، وتحضر وأنت تلهث، أو على الأقل لم تستعد ذهنياً بشكل صحيح.
- **عدم قول الحقيقة**: إن المراوغة وعدم قول الحقيقة يؤدي في النهاية إلى التشكيك في قدراتك وفي إمكانية الإفادة منها.
- **عدم استخدام الاتصال غير اللفظي بشكل سليم**: إن عدم استخدامك للغة الجسد بطريقة صحيحة، وعدم الابتسام للمقابلين والنظر إلى أعينهم، والتهدل على الكرسي، وعدم المصافحة الجيدة، وعدم استخدامك للهندام المناسب كلها عوامل لا تساعد على نجاح مقابلتك.

خطوات ضرورية لتجاوز المقابلة بنجاح

- راجع سيرتك الذاتية جيداً، توقع الأسئلة واستعد للإجابة عليها، إذا كان هناك جديداً في سيرتك مثل حضورك دورة جديدة، أو حصولك على شهادة جديدة يمكن ذكر ذلك عند أول فرصة.
- تعرف على المنشأة من خلال موقعها على الإنترنت، ومن خلال إصداراتها، ونشراتها، وما ينشر عنها في الصحافة، وبالذهاب إليها والإطلاع على ثقافتها.
- استعد لطرح بعض الأسئلة في الوقت المناسب عن المنشأة.
- احضر باكراً يوم المقابلة للمكان المخصص للمقابلة الشخصية، وخذ في الاعتبار مفاجآت الطريق، واستعد نفسياً وذهنياً للمقابلة قبل الدخول.
- احرص على لبس الهندام المناسب، واستخدم بخاخات منع التعرق خاصة لمن لديه مشكلة تعرق اليدين، ولا بأس من عطر، أو بخور مناسب مع تجنب الإسراف فيه

أو استخدام العطور النفاذة جداً، خاصة عطر العود. تذكر أن بعض الثقافات تنظر للعطر بصفته رائحة، وبالتالي نجد الغربيون وبالذات الأمريكيون يعتبرون العطر في المقابلات الرسمية شيئاً غير مقبول.

• حاول أن تكون تلقائياً في أثناء المقابلة، ولا تتكلف أو تبالغ في مدى قدراتك.

• لا تجادل ولا تثير الجدل عند المقابلة بأي طريقة، ودافع عن وجهة نظرك بطريقة ودية لا عدائية أو تهكمية.

• ابتسم عند دخولك وعند انصرافك، وانظر للمقابلين أثناء الحديث، وأشعرهم بحماستك ورغبتك في الوظيفة والشركة.

• لا تتكلم بسرعة شديدة أو بطء شديد، وحاول أن يكون صوتك مسموعاً.

• لا تتكلم كثيراً ولا تخرج عن إجابة السؤال، اجعل من إجاباتك قصيرة وعميقة في الوقت نفسه.

• لا تتبرع بالحديث عن سلبياتك وإذا سُئلت عنها، ركز على واحدة وانظر إليها من ناحية إيجابية أي أنك تحاول أن تطور نفسك وتتلافى عيوبك.

• لا تدخن، ولا تمضغ علكاً أمام المقابلين؛ إذ إن من أسوأ الأمور أن تمضغ علكاً أثناء المقابلة.

• لا تسيء إلى رؤسائك السابقين، ولا إلى المنشأة السابقة، وإذا سُئلت عن سبب تركك للعمل السابق، اذكر الأسباب بشكل موضوعي بعيداً عن الذاتية والتحيز، وتحدث عن مستقبلك أكثر.

• أشر إلى قدراتك ومهاراتك عندما تحين الفرصة، وبيّن تجارب ناجحة لك في عملك أو تخصصك.

• حاول قدر الإمكان أن تبتعد عن "النكت" وإن قلت واحدة في سياق الكلام ورأيت عدم رضا عنها، فامض في حديثك بعيداً عنها وكأنها لم تحدث، لا تحاول أن تعتذر.

- لا تتحدث عن الرواتب والمكافآت في أول لقاء، إلا إذا سُئلت عن ذلك.
- كن إيجابياً في المقابلة، وانظر إلى المستقبل الباهر وتصوره في مخيلتك، وأظهر قدراتك على التطور.
- لا تجعل ظهرك آخر شيء يشاهدوه في المقابلة لكن واجههم، ثم ودعهم في ابتسامة، وحماس أكيد في الانضمام للمنشأة.

مقابلة الناس لأول مرة: غالب المقابلات الشخصية للإنسان (ذكراً أو أنثى) تتم مع أشخاص يلتقون بك لأول مرة لذا، فإن الانطباع الذي سيؤخذ عنك في المقابلة لا يعتمد على ما تقوله فقط، لكن من خلال أشياء كثيرة منها:

- ملابسك وهندامك العام.
- شعرك ولحيتك.
- تعابير وجهك.
- عيونك.
- يداك واستخدامات لغة الجسد عندك.
- هيئتك ووقفتك.

إن ما نشاهده في الإنسان يحدثنا عنه أكثر من حديثه هو عن نفسه، إن ما نشاهده يعطينا جرعات معلوماتية كثيرة قد لا يعرف كيف يبوح بها المقابل، أو أنه لا يرغب أن يبوح بها. إنك عندما تقابل الناس لأول مرة تستطيع أن تتحكم في حديثك وألفاظك، ولكنك لا تستطيع أن تتحكم في اتصالك غير اللفظي إن هذا الاتصال غير اللفظي الذي لا تتحكم فيه كثيراً، يفضح ذاتك ويبين للآخرين من أنت وهل أنت واثق من نفسك؟، أم خائف ومتردد؟، هل أنت جاد في طلبك ورغباتك؟، أم فقط تبحث عن أي شيء؟، هل أنت صادق؟، أم كاذب؟.

لو سألك شخص عن شخص آخر، فإنك ستحاول تذكره من خلال صورته وهيئته لا من خلال حديثه.

لذا، فإن أهم ما يمكن أن يقوم به الشخص المراد المقابلة معه، هو تعزيز قدراته في الاتصال غير اللفظي. هناك أشياء يمكن التحكم فيها، وهناك أشياء يمكن تحسين وضعها، وهناك أشياء يصعب تعديلها.

من الأشياء التي يحكم علينا من خلالها الناس وتعطي انطباعات وتصورات ذهنية عنا لأول وهلة هو الهندام، والشعر، والهيئة، والوقفة، والرائحة.

على المقابل أن يلبس لبساً رسمياً لائقاً حسب طبيعة المكان أو البلد الذي هو فيه فنحن هنا في المملكة نلبس الثوب والغترة أو الشماغ والعقال بالنسبة للرجل. لذا، لابد للمقابل من أن يظهر بهذا الزي وأن يظهر به نظيفاً مكوياً، بتفصيل رسمي مستساغ دون زخرفة كثيرة ودون مبالغة في العطر، وأن تكون هيأته مناسبة لتقاليد الناس والشيء نفسه ينطبق على المرأة، فينبغي أن تظهر وفق تقاليد المملكة فإن كانت المقابلة مع الرجال لزمها التقيد بالحجاب وباللبس الرسمي دون عطر وماكياجات صاخبة، وإن كانت المقابلة مع نساء - فأيضاً - يجب عليها مراعاة لبس النساء الرسمي والظهور الرسمي وهو ليس ظهور في سهرة.

كما يمكن للمقابَل أن يتدرب على بعض الحركات والإيماءات ويحاول إتقانها، مثل الابتسامة، والنظر إلى عيون الشخص عند الحديث أو الاستماع دون "بحلقة"، والجلوس منتصباً مع انحناءة بسيطة نحو الأمام، والوقوف منتصباً وليس متهدلاً وغير ذلك من الأمور التي يمكن إتقانها مع شيء من التدريب، مع ملاحظة عدم التكلف وإلا انقلب الحال فالابتسام المتصنع يظهر جلياً للشخص الذي أمامك.

يمكنك أيضاً محاولة التحكم في استخدام اليدين، والابتعاد عن استخدام إشارات الأصابع قدر الإمكان، إن السيطرة على حركات اليدين يحد من كشف شعورنا وحالاتنا النفسية.

الدعوة لإجراء مقابلة خطوة نجاح أولى

إن دعوتك لإجراء مقابلة شخصية، يعني أنك تجاوزت الخطوة الأولى من بين ربما عشرات أو مئات المتقدمين، لابد أن في سيرتك الذاتية ما جعل اللجنة تقرر مقابلتك لاتخاذ قرار التعيين. لكن لاحظ أنك لست وحدك بل هناك ربما العشرات ممن وصلوا لهذه الدرجة، وعليك الاستعداد بشكل أكبر لتجاوز هذه الخطوة والحصول على الوظيفة.

إن الناس بشكل عام لا تحب المقابلة الرسمية، إنهم يتخوفون منها، لأنها مقابلات تجري فيها اختبارات لقدراتنا والإنسان يكره أن تُختبر قدراته. يأتي الخوف، أيضاً، من كون الشخص ربما يجهل طبيعة المقابلة، وأولئك الذين سيقابلونه، فالإنسان يكره ما يجهل، ويُعد حرصه على الحصول على الوظيفة سبباً لكره المقابلة والتخوف منها.

لذا، على الشخص المراد مقابلته الاستعداد الجيد للمقابلة وعمل كل ما يمكن له أن يعمله وفقاً لما يلي:

خطة المقابلة: يقوم فريق المقابلة عادة بإعداد خطة يمكن من خلالها إجراء المقارنات بين المتقدمين دون تحيز، وعادة ما تشمل الخطة نقاطاً مهمة تدور حولها الأسئلة، ولعل أهم النقاط التي تُبنى عليها أسئلة المقابلات كما أوردها وب Webb (Webb,1978.P.82) هي:

١- **الصفات الجسدية Physical Characteristics**: ويدور التقويم هنا على أسس السن وعلاقته بالوظيفة وهل هو مناسب لها أم لا؟، والقدرة على الحديث

والإنصات، والمظهر بشكل عام، والنظافة، والصحة العامة للمتقدم. ودون شك فإن المتطلبات تختلف من وظيفة لأخرى، وعادة ما يحدد بعضها في إعلانات الوظيفة فمثلاً نجد إعلانات الإعادة في الجامعة تحدد سناً دون الثلاثين للالتحاق بالإعادة.

٢- المكتسبات العلمية والفنية Attainments: ويركز التقويم هنا على المستوى التعليمي للمتقدم، وعلاقة التخصص بالوظيفة، وقدرات ومهارات الشخص العلمية، والفنية، والدورات التدريبية، وهذه أيضاً تعتمد على طبيعة الوظيفة المتقدم لها.

٣- الاستعدادات الخاصة Special Aptitudes: وتشمل استعداداتك الخاصة للعمل، وقدراتك الخاصة بالعمل من حيث اللغة والقدرة المهارية... إلخ.

٤- الذكاء Intelligence: ويُعنى بها مقدرات الشخص الذهنية، وقدرته على المبادرة، والعمل دون مساعدة أحد، أو الاعتماد على أحد، وسرعة البديهة... إلخ. وتختلف متطلبات الوظائف عن بعضها.

٥- الرغبة Interest: ويقصد بها رغبات المتقدم، وميوله، وهواياته، وحبه للعمل الجماعي، وعمل الفريق.

٦- الميل والنزعة Disposition: وتشمل مدى إمكانية الاعتماد عليك في العمل، وعمل ما يمليه عليك ضميرك، ومساعدة الزملاء، ومراعاة شعورهم، والاستعداد للتدريب وربما الحصول على شهادات أعلى.

٧- ظروفك وقدرتك على العمل Circumstances: وتختص بمدى ملاءمة ساعات العمل لك، وهل تستطيع العمل الليلي مثلاً، أو العمل دوامين، أو السفر المتكرر، وهذا حسب طبيعة العمل.

تنظيم السيرة الذاتية

The Structure of CV

يختلف بناء وتنظيم السيرة الذاتية من متخصص لآخر، ومن ثقافة لأخرى، لكن يمكن القول أن هناك تنظيمات متعارف عليها أكثر من غيرها. يذكر ماكس إيجرت Max Eggert أن التنظيم التقليدي للسيرة الذاتية في الغرب يتكون وفقاً للترتيب التالي:

- الاسم
- العنوان
- رقم التلفون
- تاريخ الميلاد
- الوضع الاجتماعي والأطفال
- الرغبات والوضع الصحي
- التعليم الثانوي
- التعليم العالي
- المؤهلات الاحترافية
- التاريخ الوظيفي وفقاً للترتيب التاريخي

وهو يرى أن هذا البناء ليس ناجعاً كالبناء الذي يقترحه ويتكون من:

- الاسم
- العنوان
- أرقام التلفونات
- ملف المهارات، أو الرؤية الوظيفية
- الوظائف والإنجازات
- المؤهلات والتدريب
- التعليم والشهادات

- التعليم الثانوي
- الرغبات
- المعلومات الشخصية (Eggert,2003,PP.145-146).

ولعل الفرق في التوجهين يكمن في أن التوجه الذي يرشحه ويوصي به ماكس إيجرت يركز على وضع رؤية طالب الوظيفة أو أهدافه، وأهم إنجازاته، ومهاراته ذات العلاقة بالوظيفة في صدر السيرة الذاتية حتى يراها مراجع السيرة في الصفحة الأولى ولا ينتظر أو يبحث عنها في الصفحات التالية.

أرى وبما أن عدد صفحات السيرة الذاتية قليلة فإنه لا بأس من استخدام الطريقة التقليدية، بل أرى أنها الأفضل في مجتمعنا لتعوّد مسؤولو التوظيف عليها، وربما لو لم توضع بالترتيب نفسه ينظر إليها على أنها غير جيدة. لذا، اقترح النموذج التالي:

أولاً: المعلومات الشخصية الأساسية:

- يذكر فيها المتقدم للوظيفة:
- اسمه بالكامل.
- العنوان كاملاً.
- رقم الهاتف والجوال.
- تاريخ ميلاده (المكان قد يكون مدعاة لعدم اختيار الفرد، لذا لا أرى ضرورة وضعه إلا إذا رأيت أنه يساعدك).
- الصحة العامة إذا كانت جيدة (لا تذكر الصحة إذا كانت صحتك غير جيدة).
- الجنسية.

ثانياً: أهدافك ورؤيتك ومهاراتك الأساسية: حدد أهدافك، ورؤيتك، وأهم مهاراتك باختصار، وذلك لجذب أنظار قارئ السيرة.

ثالثاً: التعليم: المؤهلات والتدريب (بترتيب عكسي من الحاضر للماضي): اسم الشهادة، التخصص، الجامعة، المدينة، سنة التخرج، ويكتفى بالشهادات العليا دكتوراه، ماجستير، بكالوريوس في حالة وجودها فلا داعي لذكر التعليم للمراحل السابقة الثانوي والمتوسط... إلخ.

التدريب: ويذكر اسم الشهادة، ومدتها بالساعة إن أمكن، والجهة المدربة ومكانها.

رابعاً: تاريخ المهنة: ويُعد هذا الجزء الأساس حيث تبين فيه تاريخك الوظيفي وإنجازاتك فتذكر المهام الموكلة إليك وأهم الإنجازات المتحققة. تبدأ من الوظيفة الحالية ثم تنزل للوظائف التي سبقتها مثلاً:

١- مدير العمليات من ١/٥/١٩٩٩م وحتى اليوم

اسم الشركة إن كان مهماً ومكانها

المهام الوظيفية:

الإنجازات:

٢- مساعد مدير العمليات من ٢٠/١٠/١٩٩٧- ٣٠/٤/١٩٩٩م

المهام الوظيفية:

الإنجازات:

خامساً: الاهتمامات الشخصية: تركز على الاهتمامات التي لها علاقة بالوظيفة مثل: اللغات، الأعمال التطوعية، والهوايات المختلفة.

سادساً: المعرفون: أسماء وأرقام هواتف المعرفين، والذين أخذت إذنهم بأنهم سوف يكونون كذلك ويتوقعون مكالمات عنك مثل مديرك السابق، أستاذك السابق... إلخ، ولاحظ ألا تختار إلا من تثق في أن انطباعهم عنك جيداً.

(الجنيدي، عبدالملك، ٢٠٠٧، ص ص٢٠٨- ٢١٥ ؛ وزارة العمل: السيرة الذاتية ؛ Eggert,2003 ؛ CVTips (1),2008; CVTipes (3),2008).

الخطاب الذي ترفق به السيرة الذاتية
Covering letter

من خلال تجربتي مع طالبي الوظائف في المملكة، أجد أن كثيراً من الشباب لا يهتم بكيفية صياغة خطاب يجذب القائم على التوظيف بقراءة السيرة الذاتية. وقد لاحظت ما يلي:

١- تصل بعض الخطابات وقد كتبت بخط اليد. وهذا ولا شك يُعطي انطباعاً أنك بعيد عن مجال التقنية الحديثة والتي هي مطلوبة اليوم من كل شخص يطلب وظيفة، وقد يفهم منها القائم على التوظيف عدم اهتمامك بالوظيفة، أو أنك كسول وغير مبالٍ.

٢- تصل بعض الخطابات وقد أسهب طالب الوظيفة في الخطاب ولخص سيرته الذاتية فيه، وهذا ليس هو المطلوب من مثل هذا الخطاب.

٣- يكتب بعض المتقدمين الخطاب بشكل عام وبكلمات مثل: إلى من يهمه الأمر، أو إلى شخصية غير صحيحة، أو يكتب الاسم أو الوظيفة خطأ، وهذا يدل على عدم الاهتمام إذ لابد أن تعرف لمن يوجه مثل هذا الخطاب، وتكتب اسم الشخص ومركزه بشكل سليم.

٤- يكتب البعض الخطاب فيحوي أخطاءً في اللغة والقواعد والإملاء، وهذه تُعطي مؤشراً بأن لديه مشكلات في عمله ودقته.

٥- تتضمن بعض هذه الخطابات معلومات عن النفس مبالغ فيها، أو معلومات مسيئة للشخص... إلخ.

لذا، على المتقدم لوظيفة أن يتصف خطابه بالإيجاز ويرى بعض الخبراء ألا يتجاوز ثلاث فقرات فقط وهي كالتالي:

في الفقرة الأولى: يتحدث عن سبب التقدم للوظيفة ويفضّل أن تبدأها بكلمات مثل: تتمتع شركتكم بسمعة طيبة، أو وجدت في إعلانكم المميز ما دفعني لأن أتقدم، شدتني نتائج الاستفتاء الأخير الذي وضع شركتكم في مركز متقدم.

في الفقرة الثانية: ينبغي أن تقنع من يقرأ خطابك بعلاقة سيرتك الذاتية بالوظيفة المعلن عنها أو التي ترغب في الحصول عليها، وذلك بذكر عصارة علاقتك بالوظيفة من خلال تعليمك وخبراتك.

في الفقرة الثالثة: يركز المتقدم على أن يتحصل على المقابلة وفق لغة فيها الحث ولكن بطريقة مؤدبة. مثلاً: يشرفني أن التقي بكم لمناقشة المزيد، أو تسعدني مقابلتكم للتعرف على... (Eggert,2003,PP.117-119; CVTipes (3),2008; CVTips (1),2008)

أخطاء في كتابة السيرة الذاتية

من خلال تجربتي الشخصية في تلقي ومقابلة الكثير من المتقدمين من السعوديين لوظائف عليا ودنيا أستطيع أن ألخص الأخطاء التي يقع فيها المتقدمون أثناء كتابتهم لسيرهم الذاتية في التالي:

١- المبالغة في وصف الوظائف أو الأعمال التي سبق وأن قام بها. أو اللغات التي يجيدها دون إثبات عملي أو علمي لها. أي أن يُعطي لها أسماء غير حقيقية.

٢- ذكر أعداد كثيرة من الشركات التي عمل فيها وهو ما زال في سن صغيرة، لدرجة تجد فيها بعضهم وقد عمل في كل شركة لمدة شهر أو شهرين ثم تركها، يعتقد المتقدم للوظيفة أن هذه ميزة، وهي في الواقع غير ذلك، بل تدل على أنه إنسان لا يستطيع المكوث في أي شركة.

٣- ذكر العمل في أكثر من وظيفة في الوقت نفسه، وهذا يعطي انطباعاً سيئاً إذ يظهر وكأنه شخص لا يركز في عمله وربما سيبحث عن عمل آخر أثناء حصوله على عمل جديد.

٤- تقديم السيرة الذاتية مكتوبة بخط اليد، ولقد وصلتني أعداد كبيرة بهذا الشكل في آخر مرة عملت فحصاً للسير الذاتية وكان ذلك عام ٢٠٠٧م. وهذا يعطي انطباعاً أن صاحب السيرة لا يُجيد إتقان الحاسب والذي يعد اليوم ضرورة لأي عمل.

٥- الإسهاب في كتابة السيرة وذكر تفاصيل لا داع لها مثل كتابة الشهادات الدنيا لشخص يحمل الماجستير لذا، لا داعي في هذه الحالة لكتابة الشهادة الثانوية والمتوسطة والابتدائية... إلخ، أو ذكر أعمال لا تمت لموضوع الوظيفة بصلة وليست ذات أهمية حاول قدر الإمكان أن تكون سيرتك الذاتية في صفحتين.

٦- يستخدم بعض المتقدمين الكثير من الزخارف والبراويز عند كتابة سيرهم الذاتية، ابتعد عن ذلك قدر الإمكان.

٧- يكتب بعض المتقدمين: "أنه يرغب العمل في أي شيء" حتى لو أن لدية الشهادة الجامعية، وليس هناك أسوأ من ذلك في كتابة السيرة الذاتية فأنت متقدم لوظيفة معينة ولابد من أن توجه سيرتك لما يناسبها، لا أن تكتب أي شيء، فهذا يدل على أنه ليس هناك هدف واضح لديك أو أنك تبحث عن عمل مؤقت، أو أنك شخص غير مبال.

٨- بعض المتقدمين يحدد راتبه أو يذكر الراتب الذي يتحصل عليه الآن في وظيفته الحالية وهذا قد يعوق اختيار الشخص لذا، اترك الراتب والمميزات بعد المقابلة ويفضل أن يكون عند قرب توظيفك. تذكر أنه كلما أخرت مناقشة الراتب والمميزات، كان أفضل لك، فعندما تكون المرشح الأول لهم ستناقش الراتب من قوة وليس من ضعف (Eggert,2003,PP.42-43)

٩- يذكر بعض المتقدمين الكثير من التفاصيل عن الأبناء. ينصح بعدم ذكر ذلك سواء أكنت رجلاً أم امرأة؛ لأن ذلك قد يكون معوقاً لاختيارك للوظيفة مثلاً: لو ذكرت أن لديك أطفالاً أعمارهم ما بين ٥ إلى ١٧ سنة، فهذا يعني صعوبة انتقالك من مركز لآخر، أو ربما ما تتطلبه وظيفتك من سفر، كما أنه لو أن لديك أبناء أو بنات في سن تفوق العشرين، فهذا أيضاً يجعل من يراجع سيرتك الذاتية يفكر في عمرك بشكل أكبر، مثلاً: إن لديه أولاداً في سني لذا، عليك بترك الحديث عن الأطفال للمقابلة حيث يمكن لك شرح كيفية التعامل مع الانتقال والسفر (Eggert,2003.P.79).

١٠- البعض يستخدم الأسلوب الهزلي عند كتابة السيرة الذاتية لذا ينصح بالبعد عن محاولة استدرار الضحك.

١١- يتحدث البعض عن الأمراض التي يعاني منها في سيرته الذاتية لذا، ينصح بعدم ذكر ذلك وتركه للمقابلة حين يتم سؤالك عن صحتك، أما إذا كانت صحتك جيدة ولا تعاني من أمراض فاذكر ذلك. (Eggert,2003.P.90).

أشياء يجب ألا تحويها السيرة الذاتية

يقدم لنا إيجرت Eggert قائمة بالأشياء التي يجب ألا تحويها السيرة الذاتية وهي:

- لا تكذب أبداً.
- لا تكتب مبلغ راتبك الحالي، ولا ما ترغبه من الراتب.
- لا تعطي أسباباً لتركك للوظيفة السابقة.
- لا تستخدم الأنا (أنا) قدر الإمكان.
- لا تستخدم الكلمات غير المتعارف عليها، ولا تستخدم الاختصارات غير المفهومة.
- لا ترتكب أخطاءً نحوية أو إملائية أو لغوية.

- لا تستخدم أكثر من أربع صفحات A4.
- لا تستخدم أوراقاً ملونة.
- لا تؤرخ سيرتك الذاتية.
- لا تطوي ورق سيرتك الذاتية.
- لا تعمل تصحيحات يدوية على سيرتك الذاتية.
- لا تكن هزلياً في سيرتك الذاتية.
- لا تذكر الامتحانات التي رسبت فيها.
- لا تذكر عمر أطفالك.
- لا تذكر الوظيفة التي لم تستمر فيها لأكثر من سنة.
- لا تذكر أي شيء يجعل قارئ السيرة ينظر إليك أنك متطرف في أفكارك، أو مختلف عن الناس. (Eggert,2003,PP.96-98).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما أهم الخطوات التي عليك اتخاذها قبل إجراء المقابلة؟

الإجابة

السؤال الثاني: تحدث عن أهم خطوات المقابلة؟

الإجابة

السؤال الثالث: كيف تخلق انطباعاً إيجابياً أثناء المقابلة؟

الإجابة

السؤال الرابع: اذكر أهم الخطوات التي يقودك عدم اتخاذها إلى السقوط في المقابلة:

الإجابة
١,
٢,
٣,
٤,
٥,
٦.

السؤال الخامس: ما أهم الخطوات الضرورية لتجاوز المقابلة بنجاح؟

الإجابة
١,
٢,
٣,
٤,
٥,
٦,
٧,
٨.

السؤال السادس: كيف يحكم عليك الناس عند مقابلتهم أول مرة؟

الإجابة
١,
٢,
٣,
٤,
٥,
٦.

السؤال السابع: تحدث عن أهم النقاط التي تبنى عليها المقابلة؟

الإجابة
١,
٢,
٣,
٤,
٥,
٦,
٧.

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

اعلن للمتدربين والمتدربات عن عدة وظائف تنطبق بعضها عليهم، ثم اطلب من كل متدرب أن يقوم باستخدام الخطوات التي تدرب عليها. في الفصل، اطلب من بعض المتدربين أو المتدربات القيام بدور صاحب الوظيفة، والطرف الآخر طالب الوظيفة، ثم اطلب منهم إجراء المقابلة.

هل أتقنوا ما تم تدريبهم عليه؟، ماذا ينقصهم؟، كيف يمكن تعزيز قدراتهم؟.

تدريب (٢)

اكتب سيرتك الذاتية كما يقترح مؤلف الكتاب؟.

الفصل العاشر

مهارات الحوار والتفاوض

Dialogue & Negotiating Skills

● مهارات الحوار الإيجابي ● صور الحوار وأنماطه ● أهمية الحوار ● أهداف الحوار ● أساليب الحوار ● آداب الحوار ● مهارات الحوار ● أصناف التفاوض ● الخطوات الإجرائية للتفاوض ● عندما يكون للطرف الآخر كل القوة ● نقاط للنجاح

تمهيد

لاشك أن عمليات الحوار ترتبط بها مجالات متعددة وفنون كثيرة، يكون الحوار فيها عاملاً مشتركاً، وبعض الباحثين يعد هذه المجالات مترادفات مثل: الجدال، والمناظرة، والمناقشة، والمحاججة، والمفاوضات... إلخ. (فلمبان، ٢٠٠٩، ص ص٤١- ٤٢). ويرى البعض الآخر أن هذه المجالات تختلف في طبيعتها وطرقها وأهدافها بشكل جذري وإن اشتركت في عامل الحوار (خوجة، ٢٠٠٩، ص١٨).

أتفق شخصياً مع وجهة النظر الثانية ولعلي أؤكد أن الحوار ما هو إلا أداة ووسيلة تستخدمه هذه الأنواع المختلفة في سبيل الوصول إلى أهدافها وغاياتها. فالجدال - على سبيل المثال - يركز فيه المجادل على كيفية إقناع الطرف الآخر بوجهة نظره وهذا ما

ينطبق على المناظرة أيضاً، فالهدف الأساس تغلب طرف على آخر وليس محاولة الوصول إلى الحق أو أرضية مشتركة وحل وسط، كما هو الحال في المناقشة، أو إنهاء المشكلة والوصول لحل يرضي الطرفين بأقل الخسائر كما هو الحال في التفاوض.

سوف نتحدث في هذا الفصل عن الحوار الإيجابي، آدابه وفنونه ومهاراته، ثم نُعرّج في الحديث على أحد المجالات الأساسية التي تستخدم الحوار كأداة رئيسة في الوصول إلى حل لمشكلة ما سواء أكانت سياسية أم اقتصادية، وسواء أكانت بين دول أم أسر، أم فردين فقط.

مهارات الحوار الإيجابي

تعود كلمة الحوار في اللغة العربية كما ورد في لسان العرب إلى: "الحَوْر: الرجوع عن الشيء، وإلى الشيء" (ابن منظور، ٢٩٧/٥) وجاء في القاموس المحيط: "وتحاوروا: مراجعو الكلام بينهم" (الفيروز، أبادي، ٢٠٠٤م، ص٤٨٧). وبهذا فالحوار يعني المراجعة والتجاوب وهو يتم بين طرفين أو أكثر لعرض الآراء في قضية أو مسألة متنازع عليها، ويهدف للوصول إلى نتيجة محددة، وينبغي أن يتم الحوار وفق آداب تحتم على الأطراف تبادل الآراء ومراجعتها بهدوء ودون استئثار طرف على آخر (جعلوك، ١٤١٩هـ، ص١١٤ ؛ خوجة، ٢٠٠٩، ص١٧ ؛ فلمبان، ٢٠٠٩، ص٤٠).

وليس شرطاً أن يكون الحوار فقط بين أفراد، ولكنه قد يشمل أمماً وشعوباً: أدياناً أو ثقافاتٍ، وهو ما يحتاجه العالم اليوم في سبيل التوصل إلى تفاهم حقيقي، بعيداً عن الصراعات والحروب والفهم الخاطئ للثقافات والحكم المسبق عليها في ظل تداخل العالم مع بعضه بشكل غير مسبوق (الحازمي، ٢٠٠٩، ص٨).

ويجب أن نفرق بين الحوار والمجادلة، فالجدل يعني مقابلة الحجة بالحجة، وفيه مخاصمة ومناظرة وتمسك بالرأي بل وتعصب له، بينما يهدف الحوار الوصول إلى

الحقيقة بكل شفافية ووفق قواعد وآداب ترتكز على الأخلاق واستخدام العمليات الإقناعية. (خوجة، ٢٠٠٩، ص١٨؛ فلمبان، ٢٠٠٩، ص٤٢).

ويرى خوجة أن بين: "الحوار والجدال عموم وخصوص، فكل جدال حوار، وليس كل حوار جدال، لكن ربما تحوّل الحوار إلى جدال، وقد يجتمعان." (خوجة، ٢٠٠٩، ص١٩). والجدال نوعان ممدوح ومذموم، فالممدوح الذي يقرر الحق، والمذموم الذي يقرر الباطل. (الرازي، بدون ٢٦١/٢٦). ففي الممدوح قال تعالى: ﴿ ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُ ﴾ (النحل: ١٢٥)، وفي المذموم قال تعالى: ﴿ مَا ضَرَبُوهُ لَكَ إِلَّا جَدَلَۢاۚ بَلۡ هُمۡ قَوۡمٌ خَصِمُونَ ﴾ (الزخرف: ٥٨).

ولاشك أن الحوار منهج إلهي ورد في القرآن الكريم باللفظة نفسها، أو عن طريق عرض حوارات للخالق - عز وجل - مع خلقه، أو عرض حوارات الرسل مع أقوامهم، كما أن السيرة النبوية الكريمة مليئة بحوارات الرسول - صلى الله عليه وسلم - مع المسلمين من أصحابه ومع الكافرين من خصومه. (خوجة، ٢٠٠٩، ص ص٢٠-٢١).

صور الحوار وأنماطه

يقسم والتون Walton أنماط الحوار إلى سبعة أنماط مختلفة وهي كالتالي:

- **حوار الخصام والنزاع**: ويستخدم أسلوب التهجم والمواجهة الشخصية، ويهدف إلى الخصام والنزاع، وهو بالطبع حوار سلبي لا يفيد شيئاً بل يزيد العداوة والبغضاء بين الأطراف المتحاورة، وقد يتجاوز الحوار في نهاية الأمر إلى المشاجرة واستخدام الأيدي.
- **حوار المناقشة والمناظرة**: وهو حوار جدلي يهدف فيه المتحاور إلى التأثير في الطرف الآخر باستخدام منهجية الغلبة والانتصار، والمحاور هنا لا يحاول أن يصل لحل وسطي أو الوصول إلى نتيجة ترضي الطرفين، ولكن إلى إقناع الطرف الآخر

بقبول فكرة ما. وهذا النوع من الحوار قد يكون إيجابياً وقد يكون سلبياً ـ وكما ذكرنا سابقاً فقد يهدف الحق، وقد يهدف الباطل وتقريره.

- **حوار البحث**: يهدف هذا الحوار إلى الوصول إلى الحقيقة في ظل انعدام الدليل القاطع ومن هنا يحاول المتحاورون إقامة الدليل والوصول إلى الحقيقة من خلاله. وهو حوار إيجابي.
- **الحوار الإقناعي**: يستخدم هذا الحوار الأساليب الإقناعية المختلفة، وعادة ما يقوم مثل هذا الحوار على محاولة أحد الأطراف إثبات وجهة نظره وإقناع الآخر بها عن طريق استخدامه الأدلة الداخلية والخارجية، وغالباً ما يكون حواراً سلبياً لأنه لا يتيح للطرف الآخر إقناعه بوجهة نظره.
- **الحوار الاستعلامي**: يحاول أحد الأطراف هنا الحصول على معلومات أو أخبار يجهلها أو لا يعرف تفاصيلها فيستدرجها من طرف آخر يملكها، وذلك حتى يحقق شيئاً ما. وقد يكون الحوار إيجابياً إذا كان قصد المستفيد الإفادة والتعلم، أما إذا كان المقصود ضرر أحد، فطبعاً يُعد الحوار سلبياً.
- **الحوار التربوي**: ويستخدم هذا النوع من الحوار في مجالات التربية والتعليم. ويهدف في النهاية لنشر المعرفة، وإذا التزم بآداب الحوار فإنه يُعد إيجابياً.
- **الحوار التفاوضي**: ويهدف هذا النمط إلى تحقيق المصلحة أو المنفعة الذاتية، ويتم عادة عندما تختلف مصالح طرفي الحوار ويسعى كل منهما لتحقيق المصلحة، ويؤخذ عادة في الحسبان الوصول لاتفاق مشترك.

أهمية الحوار

يرى الحازمي أنه أصبح للحوار اليوم: "حاجة إنسانية ملحة للاندماج في جماعة، والتواصل مع الآخرين، فالحوار البنّاء يحقق التوازن واستقلالية الإنسان وحاجته إلى

التفاعل مع الآخرين، وتزداد الحاجة للحوار في ظل المتغيرات الدولية العلمية والمعرفية السريعة." (الحازمي، ٢٠٠٩، ص١٠).

ويرى العبودي أن الحوار الحق البعيد عن التعصب والخصومة، يستطيع أن يساهم في معالجة المشكلات العائلية والاجتماعية والإدارية والاقتصادية والفكرية. (العبودي، ٢٠٠٥، ص١٦).

ويقدم خوجة مجموعة من العناصر لتوضيح أهمية الحوار ومنها:

- الحوار ضرورة بشرية، عن طريقه يفهم بعضنا بعضاً.
- إنه وسيلة فاعلة في بناء الأمة وإعداد أفرادها وتنميتهم.
- الحوار مساعد في تقوية الروابط الأسرية والاجتماعية بل والأممية.
- الحوار ينمي روح الشورى والحرية المنظمة.
- لديه القدرة في تنمية بعض الجوانب الأخلاقية وإشاعتها مثل الجرأة والشجاعة وقول الحق.
- الحوار ضرورة للتعامل والتواصل الإنساني وإثراء العلاقات.
- إنه مفتاح للسلام والحد من الصراعات والفتن.
- إنه وسيلة لتحسين الصحة النفسية والجسدية للأفراد لأنه يحد من التعامل الفظ القاسي.
- الحوار وسيلة من وسائل الإقناع. (خوجة، ٢٠٠٩، ص ص٣٨- ٤٨).

يرى بعض الكُتّاب أن أهمية الحوار تكمن في الإصلاح بين الناس، وإظهار الحقائق، وإزالة الشبهات والشائعات، والمنازعات والصراعات والظلم على المستويات الفردية والاجتماعية والأممية (يالجن، ١٤٢٥، ص١٨؛ الباني، ٢٠٠٩، ص٤٧).

أهداف الحوار

تتعدد أهداف الحوار بتعدد موضوعاته وقضاياه، يذكر السليمان أن لكل حوار هدفاً يختلف باختلاف المتحاورين ومستوياتهم التعليمية والفكرية (السليمان، ٢٠٠٥، ص٧). ويرى الحازمي أن الحوار هو تعاون بين المتحاورين للتعرف على الحقيقة، وهذا التعاون يكشف فيه كل طرف ما خفي عن الآخر. (الحازمي، ٢٠٠٩، ص١٢).

ويؤكد الحازمي أنه بالرغم من أن الغاية النهائية للحوار هي معرفة الحقيقة والتوصل إليها، إلا أنه يستلزم في بعض الأحيان الوصول إلى إيجاد حلول وسط ترضي أطراف الحوار (الحازمي، ٢٠٠٩، ص١٢).

وأرى أنه ربما يكون محاولة الوصول إلى حلول وسط في فهم قضية أو مشكلة ما، هو أكثر ما يمكن تحقيقه خاصة في أمور يصعب فيها معرفة الحقيقة، وما أكثر هذه المشكلات والقضايا فالمهم هنا محاولة فهم كل طرف للآخر، وإدراك الأسباب والمسببات، وتصحيح بعض المفاهيم غير الدقيقة من أجل التعايش مع ذلك الاختلاف، فالوصول لنتيجة مرضية بين الأطراف المتحاورة هي بيت القصيد، إن لم نستطع الوصول إلى الغاية الكبرى وهي الحقيقة.

أساليب الحوار

يقسم خوجة الحوار إلى ثلاثة أساليب وهي:

١- **أسلوب حوار الحديث**: وهو الحوار الذي يعتمد على الحديث المباشر بين طرفين أو أكثر، وهو الحوار الأغلب والذي يتم عادة بين الأب وابنه أو ابنته، والأم وابنتها أو ابنها، وبين الصديق وصديقه، والجار وجاره، والأستاذ والطالب يعتمد استخدام الحوار هنا بشكل كبير على مهارات استخدام اللغة والمخزون المعرفي في

الموضوع الذي يتم فيه الحوار، وكلما تعلم الإنسان مهارات الحديث والحوار، وأساليب الإقناع، وحفظ كلام الله وشيئاً من سنة نبيه، ومن أقوال الشعراء وحكم العلماء، بالإضافة إلى صلب الموضوع المطروح، يستطيع الإنسان أن يبدع في هذا المجال، والإبداع فيه لا يعني النجاح، فالنجاح لا يتم إلا من خلال تعلم آداب الحوار من هدوء وإعطاء الآخر حقه في الحديث والإنصات لما يقول، والسعي الحقيقي للوصول إلى نتائج حقيقية، وليس إلى انتصار الفرد لذاته، إذ ينبغي عليه العودة للحق متى ما رأى أنه ليس على حق.

٢- **أسلوب الحوار الكتابي**: يأخذ أشكالاً عدة فقد يقوم الكاتب نفسه باستخدام الحوار لتناول قضية شائكة ويحاول أن يصل إلى نتيجة يرغبها عن طريق الحوار بين شخصيتين يبتدعهما. ومن ذلك أيضاً، أن يتم الحوار بين شخصين فعلاً سواء عن طريق رسائل أو في الصحف، فيكتب الأول ويرد الثاني وهكذا، وفق أسلوب حواري.

ويرى خوجة أن للحوار الكتابي الكثير من المميزات الخاصة مثل:

- استمرار الحوار الكتابي، وربما تم تناقله عبر الأجيال.
- وصول الحوار إلى أكبر عدد من الناس.
- يمكن الرجوع للمعلومات وللحوار نفسه عند الحاجة.
- الحوار الكتابي أكثر موثوقية وأمانة. (خوجة، ٢٠٠٩، ص٢٧).

٣- **أسلوب الحوار الإلكتروني**: ويأخذ أشكالاً مختلفة أيضاً، فمنه ما هو قريب من الحوار الكتابي مثل: استخدام البريد الإلكتروني، وكتابة الرسائل، ومن ثم انتظار الرد وهكذا، ومنها ما يأخذ شكل الحوار الكلامي حيث يعتمد على الحوار المباشر الصوتي بين اثنين أو أكثر، ومنها الحوار الكتابي المباشر والذي يعنينا هنا أكثر إذ أنه ليس حواراً كلامياً بحتاً، وليس حواراً كتابياً بحتاً فيقوم الطرف الأول بالكتابة ليرد عليه

الآخر بشكل مباشر كلمة بكلمة، وسطراً بسطر، وفقرة بفقرة، وهو ما يسمى حوار الماسنجر. وبالرغم من أن الكلام يتم بشكل مباشر إلا أنه يتم عن طريق الكتابة، وهذا يجعل النص محفوظاً، كما يتيح لكاتبه مراجعته والتأكد منه قبل إرساله وهذا ما لا يُتاح للحوار الكلامي، وهنا يكمن الفرق.

ويقدم خوجة مزايا للحوار عبر الشبكة لم تكن متوفرة من قبل مثل:

- تحويل الحوار عبر الإنترنت والمناقشات حول بعض القضايا إلى حقائق معينة مثل الجهود الجماعية والمقاطعات... إلخ.
- بناء رأي عام حول بعض القضايا وإيصاله إلى فئات متعددة من الجماهير.
- وصول رأي المواطن لصناع القرار دون المرور بشبكات رقابية (خوجة، ٢٠٠٩، ص ص٢٧- ٢٨).

آداب الحوار

للحوار آداب كثيرة ينبغي الاهتمام بها والتركيز عليها في أي حوار نقوم به، سواء أكان هذا الحوار عائلياً، أم مع الأصدقاء والزملاء، أو في الفصل مع الأستاذ وسواء أكان هذا في موضوع ثقافي، أم ديني، أم سياسي، أم رياضي. من هذه الآداب:

١- عفة اللسان: ابتعد عن كل ما يؤزم الحوار من قول أو فعل لا يليق سواء كنت تتحاور مع من هو أصغر منك أم أكبر، ابتعد عن السخرية والتهكم، واجتنب كل فاحش من القول، قال الرسول الكريم ـ صلى الله عليه وسلم ـ "ليس المؤمن بالطعّان ولا اللعّان ولا الفاحش ولا البذيء" (البخاري، ص٨٧).

لابد من مخاطبة الطرف الآخر بالعبارات اللائقة وبالكلمات المهذبة وبالاحترام الذي يستحقه مهما كان الاختلاف. يقول القوسي أنه على المحاور "اجتناب أسلوب التحدي والتعسف في الحديث وإيقاع الخصم في الحرج، حتى ولو كانت الحجة بينة

والدليل دامغاً" وقد يُفحم المحاور خصمه ولكنه بأسلوب التحدي لا يقنعه، وقد يُسكته بحجة قوية ولكنه لا يكسب تسليمه وإذعانه للحق" (القوسي، ٢٠٠٩، ص ص٤٤-٤٥). فما الفائدة من حوار تستطيع فيه التغلب على الشخص المقابل بالحجة، ولكنك لا تستطيع أن تقنعه وتجعله يذعن وبالتالي يتم التوصل إلى حل للمشكلة.

٢- **إشعار الطرف الآخر بالمحبة والتقدير**: يقولون: "إن الاختلاف لا يُفسد للود قضية" وهذا يعني أنه لابد للمحاور من احترام وتقدير الآخر وإشعاره بمحبتك وتقديرك لشخصه وإنك تختلف معه في هذا الموضوع المحدد. فلا بأس من الإطراء المحمود عند بدء الحديث وإعطاء الطرف الآخر حقه قبل الولوج في الحوار وتأكيد هذا الاحترام والمحبة والتقدير في أثناء الحوار، بما يسبغ على الجو روح المحبة والأخوة لا العداء والتحدي والشقاق. إن الكثير من الحوارات في مجتمعنا وللأسف تعصف بأصحابها فيتحولون من أصدقاء إلى أعداء في موضوعات ليست ذات بال.

٣- **أعط الطرف الآخر حقه من الوقت**: لا تستأثر بالكلام كله، ولا تقاطع المحاور، وتجنب الهزل والتعليق والطرفة، فقد يعتبر الطرف الآخر أن ذلك استهزاءً واحتقاراً له (القرني، ١٤٢٥، ص٢٥). واطلب منه عند حديثك برجاء عدم مقاطعته لك أيضاً، لذا يجب التركيز على الآراء وليس أصحابها (الطريقي، ١٤١٥، ص١١٩). وكثيراً ما نرى للأسف أن المتحاورين يتجاوزون الآراء لأصحابها، وبدلاً من تفنيد هذه الآراء ومقارعتها الحجة بالحجة، نجد أن المتحاورين قد بدأوا في الحديث عن الشخصيات ولعل أسوأ من ذلك عندما يتم الحديث في الأصول والأنساب وما شابه ذلك. وكثيراً ما نرى كيف يتحول الحوار في مجتمعاتنا إلى جدال عقيم، ثم إلى سب وقذف وتعرض للأنساب والأخلاق وهذا دون شك لا يُعد حواراً وهو يجر لمفاسد كثيرة وقطع للعلاقات بين الأصدقاء والأرحام.

٤- التحلي بالرفق واللين أثناء الحوار: ابتعد عن الفظاظة في الحوار، وكن ليناً مرناً لأن الحوار عندما يشتد قد يقع في الأنفس ما يقع. يقول زمزمي: "إن الحوار والمناقشات تثير في النفس نوازع متعددة من الانتصار للنفس وللرأي، والقابلية السريعة للاستفزاز، والتعالي عن الخصم، أو على الحق والصبر خلق عظيم يحتاجه المحاور والصبر على سوء خلق الخصم من حيث ضيقة صدره وسرعة غضبه." (زمزمي، ١٤٢٢، ص١٩٥).

إن الرفق واللين من أسس دعوى رسل الله لأقوامهم، إذ يأمرهم عز وجل بأن يدعون أقوامهم بالكلمة الطيبة والصبر واللين، (القوسي، ٢٠٠٩، ص ص٣٩- ٤١). نرى ذلك مثلاً عندما أمر الله تعالى رسوله موسى - عليه السلام- أن يذهب هو وأخوه لمحاورة فرعون قال تعالى: ﴿ ٱذْهَبَآ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُۥ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُۥ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُۥ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴾ (طه، ٤٣- ٤٤).

٥- الرجوع للحق والاعتراف بالخطأ: الحق لا يحتكر، وليس هناك من البشر من لا يخطئ، فنحن لسنا معصومين من الخطأ والنسيان مهما بلغنا من العلم والحكمة لذا؛ فإذا شعر المتحاور أنه كان على خطأ في رأيه، فعليه أن يتراجع ولا يتمادى فيه. إن هذا التراجع لا يقلل من مكانة الشخص وقدراته، بل على العكس فهو يشعرك بثقته بنفسه وبعلمه وإنه إنسان يبحث عن الحق كيف جاء، وهذا يجعل محاوره ومن يحضر النقاش والحوار يكبرونه كثيراً (الباني، ٢٠٠٩، ص ص٥٩- ٦١).

٦- الاهتمام بمهارات الاتصال المختلفة: كما درسنا في الفصول السابقة، وكذلك الفصول اللاحقة، هناك مهارات اتصالية كثيرة ينبغي لنا تعلمها والاهتمام بها، وممارستها في تواصلنا مع الآخرين سواء أكانت هذه المهارات في الإنصات الفعلي والإصغاء لما يقول أو في اختيار الكلمات، أو في إعطاء الطرف الآخر الحق في

الحديث، أو حتى في استخدام لغة الجسد. يساعد استخدام مهارات الاتصال بشكل سليم في تدفق الحديث والحوار بشكل سلس بعيداً عن التعقيد، كما يحد من الخروج عن النص الحواري لأشياء أخرى، وهو يساعد الأطراف المتحاورة في تحقيق الهدف الفعلي من الحوار.

٧- إنهاء الحوار بلباقة: يؤكد باترسون أن الهدف من الحوار هو الوصول إلى الحق وإلى نقطة ائتلاف فإن تعذر هذا الوصول، فإن إنهاء الحوار أفضل من الاستمرار فيه (باترسون، ٢٠٠٤، ص٩). فالحوار قد يبدأ جيداً، ثم ينزلق من أحد الأطراف إلى تشعبات ومتاهات تنعدم معها أسس الحوار، وأساسيات المنطق، أو لعله يدخل في أمور شخصية تتجاوز الآراء إلى الأشخاص، عند ذلك الحد على المحاور إنهاء الحوار والاعتذار عن المواصلة فيه، ولابد أيضاً من إنهاء الحوار بشكل ودي مستخدماً أيضاً المهارات الاتصالية والإقناعية اللازمة حتى لا تؤدي إلى غضب أطراف أخرى في الحوار، فيمكن التحجج بالوقت وأن الحوار يحتاج إلى المزيد من الوقت والجهد للوصول إلى حل يرضي الأطراف المتحاورة، وأن هذا الوقت ليس بيدك الآن (الباني، ٢٠٠٩، ص٦١).

مهارات الحوار

يشترك الحوار في معظم المهارات التي تدرسها هنا في الكتاب تحت مسمى مهارات الاتصال ذلك أن الحوار ما هو إلا اتصال ولكن وفق طريقة معينة تأخذ شكل الأخذ والرد ومحاولة الإقناع للوصول إلى حل أو هدف مشترك. نقدم هنا بعض أهم المهارات الخاصة بالحوار والتي تتمثل في التالي:

- عدم الخوض في حوار حول موضوع ليس في اختصاصك أو لا تعرف عنه شيئاً كثيراً لأن ذلك في النهاية سيقودك لارتكاب الكثير من الأخطاء والوقوع في الحرج.

- عندما يكون الحوار مكتوباً فلابد من الإطلاع على موضوع الحوار، ومراجعة أدبياته حتى تستطيع أن توثق حوارك بمراجع علمية، وبآراء علماء ومتخصصين، كما ينبغي أن تدلل على بعض الأفكار من القرآن الكريم والسنة النبوية، وكذلك من أقوال الشعراء والحكماء.
- عندما يكون الحوار شفهياً، فعليك الإنصات جيداً لما يقول الطرف الآخر والتفاعل معه، والتأكد من فهم ما يقول حتى لا تسقط في الفهم الخاطئ.
- في بعض الحوارات الشفهية التي تكون وليدة اللحظة، عليك أيضاً بالاستعداد والتهيئة حتى تستطيع أن تحاور بشكل موضوعي باتجاه الهدف ووفق منطق ودليل وبينة.
- زوّد نفسك دائماً بالمهارات الاتصالية المختلفة من إصغاء، وقول، وكتابة، وقراءة، ومن التعرف على استخدامات الاتصال غير اللفظي بأشكاله وفنونه كافة.
- درّب نفسك على مهارات الإقناع واستخدام المنطق.
- حاول أن تحفظ بعض آيات من القرآن الكريم وسنة الرسول ـ صلى الله عليه وسلم ـ وكذلك بعض الحكم والأشعار واجعل لك برنامجاً يومياً من أجل تحقيق ذلك.
- تعلّم أن تثني على الطرف الآخر، وأن تبين مواقع الالتقاء معه.
- استخدم أسلوب التدرج في المحاورة ابدأ بشكل منطقي ولا تقفز على الموضوع.
- مراعاة الظروف الزمانية والمكانية وطبيعة موضوع الحوار فليس كل حوار يمكن أن يتم تناوله في أي مكان وزمان فهناك موضوعات تحتاج لجو مناسب لها ومكان يمكن فيه الحوار، خاصة إذا كان الموضوع شائكاً ومعقداً. وكما أن بعض الحوارات تحتاج لوقت كاف، فلا تبدأ في حوار في وقت ضيق لا يسمح بإعطاء الحوار حقه.
- لاحظ البيئة المحيطة وطبيعة الموضوع والشخص المحاور، وهل هي مناسبة لك وللطرف الآخر للحديث بحرية دون وجود أشخاص لا يرغب أحدكما في الحديث

أمامهم، وفي مكان مناسب بعيداً عن الضوضاء والمضايقات أياً كان نوعها، ووفق وقت كافٍ لتغطية الموضوع بأبعاده كافة.

- خاطب وحاور الناس وفق قدراتهم وإمكاناتهم، فليس من المعقول أن تخاطب المتعلم مثل غير المتعلم، والمتخصص مثل الذي ليس لديه التخصص في الموضوع ولنا في رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم ـ الأسوة الحسنة فكان يخاطب الناس وفق قدراتهم وبما يناسب الحال.
- كن هادئاً ولا تغضب أو تنفعل لأن ذلك مدعاة لأن تخطئ وتفقد السيطرة على الحوار وعمليات الإقناع اللازمة.
- ابتسم دائماً أثناء حديثك ليس ابتسام تصنع أو سخرية ولكن ابتسام ود وألفة مع الطرف الآخر.
- الاستشهاد بآراء الآخرين خاصة ممن يوثق بعلمهم وإطلاعهم على الموضوع محل الحوار.
- لخص فكرتك واضرب الأمثلة والقصص والاستشهادات حولها.
- لا تتحدث عن نفسك وإنجازاتك كثيراً لأن هذا يضرك ولا ينفعك فالطرف الآخر وكذلك الجمهور ينظرون إليك متكبراً ومعجباً بنفسك.
- حاول أن تذكر الطرف الآخر أثناء حوارك وألا تتردد في ذكر مكامن الالتقاء فهذا مدعاة لأن يصغي إليك بشكل أكبر ويتقبل ما تقوله.
- استخدم مهارات الصوت ونبراته مما يعطي لحديثك المصداقية والموثوقية، فلا تسرد الحوار وكأنك تقرأ من خطاب، ولكن استخدم نبرات الصوت المختلفة الهادئة والعالية والمستفسرة والمؤكدة بناءً على طبيعة الكلام الذي تتحدث به (خوجة، ٢٠٠٩؛ فلمبان، ٢٠٠٩؛ الحازمي، ٢٠٠٩؛ يالجن، ١٤٢٥هـ؛ الباني، ٢٠٠٩).

أصناف التفاوض

يُقصد بالتفاوض العمليات التي من خلالها يتم البحث عن الحلول والوصول إلى اتفاق بين طرفين أو أكثر في مجال فيه شيء من الخلاف وعدم الاتفاق. والتفاوض لا يعني أن الموضوع دبلوماسياً فقط، لكن يشمل كل أوجه الحياة. إن الشخص يحتاج للمفاوضات بشكل مستمر سواء أكان في عمله، أم مع أسرته، أم مع أصدقائه، بل حتى مع زوجته وأولاده.

والمنظرون نظروا إلى التفاوض من عدة أوجه: منها السيكولوجي وركزوا على أربعة عناصر فيه: الاختلاف الفردي، والإدراك والدافعية، والعاطفة والشعور (Bazerman, Curhan, Moore, and Valley, 2000; Roloff and Li,2010; DeDreu, Beersma, Steoebe, and Euwema, 2006).

وهناك من درس التفاوض من خلال العوامل الاجتماعية Social factors سواء أكان ذلك من ناحية ضغوط الناخبين أم الثقافة (Brett,2000; Brett and Gelfand,2005; Kotzian,2007; Van Kleff, DeDreu, Pietroni, and Manstead, 2006).

وهناك من درسه من خلال نماذج الاتصال Communication Patterns وهل هو اتصال تبادلي أم غير تبادلي سواء أكان التفاوض التبادلي بمقايضة وتنازلات من الطرفين، أو أنه يعتمد على التهديد من الطرفين، أو أن أحدهما يهدد والآخر يستخدم طريقاً للخروج من المأزق. (Roloff and Li,2010; Olekalns and Weingart,2008).

وهناك من اهتم بالعلاقة بين الاتصال والصلات الشخصية للمتفاوضين (Gelfand, Major, Raver, Nishii and O'Brien,2006) هذه التوجهات العلمية والتنظيرية المختلفة أدت إلى إجراء العديد من الأبحاث والدراسات التي تناولت التفاوض من أوجه شتى.

لذا، فإن التفاوض يأخذ أشكالاً شتى، يعتمد في ذلك على طبيعة الموضوع المختلف عليه، وعلى خلفية الأشخاص الداخلين في عملية المفاوضة ومهاراتهم

التفاوضية والاتصالية، لكن ينبغي أن تتم عملية التفاوض عبر المناقشة والوصول لحلول وسط Compromise، وتبادل التنازل من طرفي التفاوض فيتنازل الطرف الأول عن شيء غير مهم له للطرف الثاني الذي يراه مهماً والعكس صحيح. إن التفاوض لا يعني الخلاف والشعور السيء، كما لا يعني التضحيات الكبيرة من طرف واحد، فالعملية التفاوضية الجيدة هي تلك التي تعتمد على التوازن والوسطية بين طرفي النزاع لتحقيق أهداف الطرفين في حدودهما الدنيا على الأقل. إن التفاوض الجيد هو ذلك الذي ينتهي بانتصار الطرفين (Win-Win outcome Steps to success,2004, P.1).

يقسم بعض الباحثين التفاوض إلى صنفين

١- التفاوض التنافسي Competitive negotiations

ويجري عادة في جو يميل إلى العدائية، وكل طرف يحاول أن يخرج منتصراً، نصراً حاسماً على الطرف الآخر. وهو جو لا ينصح بالدخول فيه إلا إضطراراً وينصح عند دخول مثل هذا التفاوض بالآتي:

- تجنب قدر الإمكان أن تكون أنت البادئ والمستفتح لمثل هذا التفاوض ذلك أن من يتقدم أولاً، يقدم معلومات كثيرة يستفيد منها الطرف المقابل. لذا، حاول ألا تقول كثيراً، وحاول أن تسيطر على أجندة التفاوض.
- لا تتنازل سريعاً، فالتنازل السريع يفهم منه الضعف وإن مقدار التنازل الذي تعمله يحدد للطرف الآخر إستراتيجياته وسيعرف إلى أي درجة يستطيع دفعك. (Steps to success,P.2).

٢- التفاوض التعاوني Co-operative negotiations

يجري عادة في جو أكثر تعاونية، ويهدف طرفاه إلى الوصول لحل مشترك لمشكلة أو نزاع قائم، فكل طرف هنا لديه الاستعداد لعمل تنازل مناسب، إنهم يبحثون عن حل

وسط، إن هذا النوع من التفاوض يؤدي إلى حلول أكثر ديمومة، وعلى المفاوض هنا مراعاة أن يكون:

- أكثر مرونة وفق استماع نشط.
- أكثر استخداماً للأسئلة المفتوحة.
- آخذاً في الاعتبار عدة بدائل لكل موضوع مطروح للمناقشة.

(Steps to success, 2004, P.3).

الخطوات الإجرائية للتفاوض

موضوعات التفاوض تختلف اختلافاً كبيراً فمن مجرد موضوع صغير ينشأ فيه الخلاف مثل: شراء آلة منزلية، آلة مكتبية مثل: الحاسب، إلى موضوع خلاف كبير مثل شراء قطعة أرض سكنية أو تجارية كبيرة. وقد يقع الخلاف في موضوع بين شخصين فقط، إلى خلاف في موضوعات اجتماعية أو أسرية تكبر وتصغر حتى قد تكون بين قبيلة وأخرى، إلى موضوعات سياسية خلافية على الحدود أو غيره تقع بين دولتين أو أكثر.

من هنا فإن خطوات التفاوض تكبر وتصغر، وقد تستغرق شهوراً أو سنوات إلى خطوات قد لا يتجاوز الاستعداد لها عدة ساعات. لكن كل موضوع تفاوض في الواقع يحتاج إلى شيء من الاستعداد عن طريق جمع المعلومات وتحليلها سواء أكانت تلك المتعلقة بالطرف الآخر أم بالشخص نفسه، مثلاً: قد ترى أن الثلاجة الجديدة التي اشتريتها بضمان من الشركة وتعطلت بعد عدة أيام من استخدامها قد لا تحتاج لتفاوض وأنه يمكن استبدالها بسهولة، لكن في واقع الأمر إنها تحتاج منك الاستعداد اللازم، وجمع المعلومات عن الشركة، وعن الضمان، وعن تاريخ الشركة، وكيفية تفعيل الضمان لصالحك، كما عليك أن تضع أهدافك وتحددها وأن تضعها على عدة

مستويات فمثلاً: يكون هدفك الأساس إصلاح الثلاجة وإعادتها للحالة الطبيعية لها، ويكون هدفك المفضل أو المرغوب استبدال الثلاجة بأخرى جديدة وليس فقط إصلاحها، والهدف الذي يجب أن يتحقق ألاّ تدفع شيئاً مقابل الإصلاح.

فيما يلي الخطوات الإجرائية اللازمة:

١- **تحليل الموقف**: ينبغي أن تجهز نفسك جيداً للتفاوض، وتجمع المعلومات عن الطرف الآخر، لابد أن تحصل على أكبر قدر ممكن من المعلومات فالمعلومات قوة فمن لديه معلومات أكثر، لديه فرصة في الفوز بشكل أكبر وتحقيق الأهداف المبتغاة. لابد أن تعطي نفسك الوقت الكافي، وتأكد دائماً أن الوقت اللازم الذي تستغرقه العملية البحثية يطول.

اسأل نفسك - في هذه المرحلة - الأسئلة التالية:

- ما المشكلة الحقيقية للموضوع؟، كيف نشأت؟، وكيف تطورت حتى أضحت اليوم على ما هي عليه؟، وهل هناك عوامل أخرى أثرت أو ما زالت تؤثر عليها؟.
- كيف ينظر الطرف الآخر للمشكلة؟، وكيف هي تاريخية تعامله معها؟.
- هل سبقت هذه المفاوضات مفاوضات في الموضوع نفسه؟، وكيف كانت؟.
- هل للطرف الآخر تجارب تفاوضة سابقة في موضوعات أخرى؟، وكيف كانت تجاربه؟.
- ما نقاط القوة للطرف الآخر في هذا الموضوع؟ وكيف يمكن أن يستثمره؟.
- ما نقاط الضعف لديه في هذا الموضوع؟، وكيف يمكن أن تستثمره أنت؟.
- ما الإستراتيجيات المتوقعة من الطرف الآخر؟، وما التكتيكات اللازمة لتحقيق أهدافه؟.
- ما موقفنا بصفتنا طرفاً ثانياً في الموضوع؟، وما نقاط قوتنا وضعفنا؟، وكيف يمكن أن تُستثمر من قبل الطرف الآخر؟، وكيف لنا أن نتغلب عليها؟.

- ما الأهداف والإستراتيجيات التي يجب أن نتبعها؟.
- كيف يمكن أن نفاجئ الطرف الآخر؟.
- ما البيئة المحيطة بالتفاوض؟، وما العلاقة الحالية القائمة بين الطرفين؟.
- من هم المفاوضون من الطرف الآخر؟، وهل تعرفهم ؟، وماذا عن إستراتيجياتهم وطرقهم ؟.
- ما الجهة التابعون لها؟، وهل هي تبحث دائماً عن التعاون؟، وهل هي متعنتة وتدور مفاوضاتها حول التفاوض التنافسي؟.
- كيف هي القضية؟، وهل هي من نوع لابد للكل أن يكسب، كما هي معظم القضايا التجارية والسياسية؟.
- كيف هو الفريق المفاوض معنا؟، وهل بينهم من يحبذ دائماً التنافسية على التعاون؟، وكيف يجب أن نتعاون لنحقق رسالة الفريق الواحد؟.
- ما جهتي؟، وماذا يريد مني رؤسائي؟.
- إذا لم أجد من الطرف الآخر تعاوناً؛ كيف يمكن لي العودة من التنافسية إلى التعاونية؟.
- عند تحليلك للموقف عليك أن تتوقع أن تقوم أنت باعتراضات على الطرف الآخر، وأن الطرف الآخر سيقوم ببعض الاعتراضات أيضاً. وتتعدد أنواع الاعتراضات، فمنها الاعتراضات الحقيقية، والمعلنة، وغير المعلنة. ويرى أبو بكر والبريدي أن الاعتراض شيء صحي يدل دلالة واضحة على أن الطرف الآخر يشترك معك في مصالح ولديه الرغبة في التوصل إلى اتفاق، بينما الطرف الذي لا يعترض قد يعني أنه مازال ليس جاداً في التفاوض الفعلي (أبو بكر والبريدي، ٢٠٠٨، ص٢٥٩).

عليك أن تفكر في التالي:

- ما الاعتراضات المتوقع أن تقوم بها ضد الطرف الآخر؟، وكيف يمكن أن تعد قائمة بها؟، وكيف سيكون الرد تجاهها من الطرف الآخر؟.
- ما الاعتراضات التي سيقوم بها الطرف الآخر ضدك؟، وكيف يمكن لك التعامل معها والرد عليها؟.
- عليك دائماً أن تضع نفسك موضع الآخر في الاعتراض والرد عليه.
- توقع التوقيت الخاص باعتراضك واعتراض الخصم؟، ومتى يمكن الرد عليه؟ (أبو بكر والبريدي، ٢٠٠٨، ص ص٢٥٨- ٢٦٩).

تعرف على قدراتك وقوة موقفك في التفاوض، وقارنها بتلك التي لدى الطرف الآخر. لا تستهين بقدرات المفاوض في الطرف الآخر، ولا تبالغ في تقديرها في الوقت نفسه، وقد يقع بعض المفاوضين في تقزيم قدراتهم والقوة التي يمتلكونها مقارنة بالطرف الآخر، والبعض الآخر يُبالغ في قوته، وكل ذلك ينعكس على التفاوض، والنتائج المتوقعة. عليك تحديد قدراتك وقوتك من خلال طرح الأسئلة التالية:

- من منكما يملك القوة ؟، هل يملك كل منكما قوة تعادل قوة الآخر أو تقترب؟.
- ما القوة التي تمتلكها؟، وهل هي في قدرات فريقك التفاوضية وخبرته الطويلة؟، أم في الأموال التي لديك؟، أم في الأدلة والأوراق الثبوتية؟.
- هل لديك قوة فيما ستقدمه بصفته عرضاً لا يستطيع الطرف الثاني تقديمه ؟، وهل لديك قوة من حيث ارتكاب المخاطر؟.
- هل لديك قوة من حيث صبرك وحسن استعدادك؟.
- هل لديك القوة في اتخاذ القرارات مهما كانت؟، أم أن لك حدوداً يجب بعدها الرجوع لجهات أخرى أعلى؟.

- هل لديك مشكلة مع الوقت؟ ، أم أن لديك الوقت الكافي عكس الفريق الآخر؟ ، أي هل القوة هنا لديك؟.
- قارن نفسك مع الفريق الآخر في جميع هذه النقاط ، وحدد مقدار قوتك ومدى التوازن في القوة ، ومدى ميلانها لجهة دون أخرى؟ ، وكيف تتعامل معها؟.

تذكر دائماً أنه إذا كانت القوة تميل للطرف الآخر بشكل كبير، فإنه ربما عليك أن تنسحب من المفاوضات ، خاصة إذا كان الطرف الآخر يفضل دائماً المفاوضات التنافسية. وتذكر أيضاً أن عدم توقيع اتفاقية سيئة أفضل بكثير من توقيع واحدة تسيئ إليك وإلى الجهة التي تمثلها ، والتي ربما تنقض سريعاً ، بل إن هذا الانسحاب يعطيك قوة في محاولات أخرى قد تتم حيث يدرك المفاوض من الطرف الآخر أنه ليس باستطاعته تمرير ما يرغب من أجل توقيع اتفاقية أو الوصول إلى حل. (steps to success, 2004, p.42).

٢- **تحديد الأهداف**: عند تحديد الأهداف ، يجب أن نضع لنا مستويات متدرجة ، من خطوط حمراء يجب عدم تجاوزها ، وسقوف نأمل في الوصول إليها. يمكن- هنا- أن نطرح بعض هذه الأسئلة :

- ما النتائج التي يجب علينا تحقيقها؟.
- ما النتائج المستهدفة ؟ ، وما تلك المفضلة؟.
- ما النتائج التي يمكن لنا قبولها والرضا بها؟.
- ما النتائج التي لا يمكن القبول بها أبداً؟.
- ما الإستراتيجيات اللازمة لتحقيق مثل هذه الأهداف؟.
- ما البدائل اللازمة في حالة عدم قدرتنا على تحقيق ما نصبو إليه؟.

٣- **استمع بشكل نشط**: عند بدء المناقشات والمفاوضات ، عليك أن تكون مستمعاً نشطاً Active listener وأن توظف خصائص حسن الاستماع هنا لتتقدم في المفاوضات ،

ولتكسب صداقة الطرف الآخر وتعاطفه معك، والشعور بأنك جاد في المفاوضات بشكل أمين وتعاوني، ولا تعمل على تأزيم التفاوض وإدخاله في التنافسية الشديدة.

انتبه لكلماتك التي تتفوه بها أثناء المفاوضات، فقد تقول كلمة تحول التفاوض إلى تأزم في الموقف يصعب الفكاك منه. تذكر تلك الكلمات والإستراتيجيات التي لا يحبذها الطرف الآخر، والتي عرفتها من خلال تحليلك للموقف قبل البدء في المفاوضات.

باختصار، عليك بالآتي:

- اصغ جيداً لما يُقال، واستفسر عما لا تعرفه، واستوضح ما أُشكل عليك، وأشعر الطرف الآخر برغبتك الجادة في حسن الاستماع النشط.
- ركز على ما يقال، بدلاً من التركيز على ردك وما سوف تقول.
- لخص بين الفينة والأخرى ما سمعت وأعد صياغته لتتأكد من أنك فهمت كل ما ذكر.
- استخدم لغة الجسد بمهارة، واجعل الطرف الآخر يشعر بها. على سبيل المثال: تواصل العيون، تعابير الوجه الإيجابية، إيماءة الرأس... إلخ مما هو موجود في الاتصال غير اللفظي في هذا الكتاب.
- تعاطف مع قضية الطرف الآخر وضع نفسك مكانه.
- لا تقف مكتوف الأيدي، أي واضعاً يداً على يد فهي تشعر الطرف الآخر بالجمود.
- لا تضع رجلاً على رجل أثناء التفاوض لأنها تُشعر الطرف الآخر بالتكبر.
- ابتسم ولا تتجهم، وارفع رأسك بتواضع.
- لا تخف من فترات الصمت، إنها لالتقاط الأنفاس والتفكير في كيفية الرد. (الحسن، ١٩٩٣؛ Steps to Success,2004).

- كن لبقاً وقل أقسى الأشياء وأشدها بأرق العبارات وأحلاها. (الحسن، ١٩٩٣، ص١٤٦).
- ميّز بين العناصر الأساسية التي لا يمكن التنازل عنها، والأشياء الثانوية التي يمكن المساومة فيها. (الحسن، ١٩٩٣، ص١٤٥).

٤- **الدخول في المناقشة:** في بداية الأمر، وقبل الدخول في المفاوضات، جس النبض بين الطرفين من خلال المناقشات الأولية وهي مناقشات لا ترق لدرجة التفاوض، ولكن يحاول كل طرف جاهداً اكتشاف الطرف الآخر وسبر أغواره.

ينبغي على المفاوض أن يتعرف على رؤى الطرف الآخر وما يمكن أن يقدمه من أفكار وعروض مبدئية. حاول أن تطرح الأسئلة لتستشف الموقف، اجعل أسئلتك مفتوحة بحيث يصعب على الطرف الآخر الإجابة عليها.

بعد هذه المرحلة من التسأولات والاستكشافات، يمكن تقديم العرض الحقيقي والاقتراحات الحقيقية، ولكن مع ملاحظة عدم التنازل عن الأشياء ولكن وفق إستراتيجية التبادل، مثلاً: "إذا عملت كذا وكذا، فإننا سنقوم بالتنازل عن كذا وكذا أو تقديم كذا وكذا".

تنازل دائماً عن الأشياء غير المهمة لك وترى في الوقت نفسه أنها مهمة للطرف الآخر، مقابل أشياء مهمة لك. في هذه المرحلة يمكن لك أن تطرح على نفسك مثل هذه الأسئلة:

- ما وجهة نظر الطرف الآخر في هذا الخلاف؟.
- كيف هو أسلوب النقاش والحوار لديه؟
- ما درجة الاستماع لديه؟.
- هل هو طرف يستخدم الأسلوب التعاوني أم يتوجه توجهاً تنافسياً؟.
- كيف يبدو في الحوار والنقاش؟، وكيف يجب توقعه عند التفاوض؟.

• ما القيمة الفعلية لعرضه الأولي؟.

• كيف ستكون تنازلاته؟، وما المقابل الذي سوف يصر عليه؟.

٥-**المفاوضة**: في هذه المرحلة تتجاوز مرحلة البدايات والنقاشات المصاحبة والعروض المبدئية إلى التفاوض الحقيقي والذي سوف تقابل فيه الكثير من الصعاب، خاصة عندما يكون الموضوع تحت التفاوض معقداً.

بشكل عام، كلما تكون مطالبك كبيرة وغالية الثمن تحصل على شيء أكبر، وسوف تتنازل عن أقل إذا ما كانت بدايات عرضك للطرف الآخر قليلة. حاول ألا تصبح المفاوضة تنافسية وألا تكون تنافسياً وإذا رأيت الطرف الآخر كذلك، اعمل جاهداً إلى إرجاع التفاوض إلى حالات التعاون، على سبيل المثال: لو قال لك الطرف الآخر: إن ما قدمته من عرض يعد تافهاً ولا يمكن أن تكون جاداً في التفاوض، إنك تضيع الوقت إننا لم نأت لهذا؟!!.

إذا جاء ردك قائلاً لا، ليس عرضي تافهاً وكلامك مردود عليك، فأنا جاد، ولكنك أنت طماع وتريد كل شيء لك. فأنت صرت تنافسياً أيضاً وأدخلت التفاوض في حالة من الجدال العقيم والذي لن يفيد موقفكما لذا، عليك أن تجعل من ردك تعاونياً "دعنا، نتحدث عن الأشياء التي اتفقنا حولها أولاً، ثم نأتي لقضايا التنازلات".

احفظ توازنك وقوتك ولا تنجرف وراء الغضب حتى عندما يتطرق الطرف الآخر لأشياء تثير الغضب أو يتحدث بكلمات غير مؤدبة ، حاول أن تتمالك نفسك وأن ترد بشكل مؤدب مع وضوح في رفضك لمثل هذا الأسلوب، مثال: "إن مثل هذا الكلام لا يخدم اجتماعنا ولا يحقق لنا نتيجة، دعونا نركز على ما وصلنا إليه".

إذا لزم الأمر، يمكن أخذ فترة راحة قصيرة لمدة عشرين دقيقة مثلاً. وذلك لالتقاط الأنفاس والتفكير في الموضوع وربما التشاور مع جهات عليا، ثم الرجوع إلى طاولة المفاوضات بنفس جديد وهمة نشطة.

يقول المثل ."لا تكون عوداً صلباً فتكسر ولا عوداً ليناً فتعصر"

اجعل من هذا المثل نموذجا لك في أي عملية تفاوضية، إن كونك ليناً يعني أنك لا تطالب بمطالبك الحقيقية وتسلم أمورك للطرف الثاني بسهولة، أما الصلابة الشديدة فإنك تطالب بشئ ولا تتزحزح عنه وفي كلا الحالتين لا تصل إلى حل يرضي الطرفين. ففي الشخصية الأولى لا يستطيع المفاوض الحصول على حقه حتى وإن نظر اليه الطرف الآخر على أنه إنسان متفهم وجيد المعشر، أما الثاني فإنه أيضاً لن يحصل على مطالبه وسوف ينظر إليه الطرف الثاني على أنه صلب متكبر لذا؛ الأفضل دائماً أن تكون بين بين بحيث تحصل على حقوقك في الحدود المقبولة لك، وفي الوقت نفسه يحصل الطرف الآخر على حقوقه أيضاً (Davis, Paleg, and Fanning, 2004, pp.89-90).

عندما يكون لدى الطرف الآخر كل القوة

حتى في المواقف الشخصية، في بعض الأحيان، نواجه أطرافاً لا نملك تجاهها أي قوة تذكر مقارنة بقوة مركزها ونفوذها، مثلاً: عندما تعمل لدى مؤسسة يترأسها مالكها، وبعد فترة تريد مفاوضته في زيادة أجرك: فإذا لا يوجد عندك عرض آخر أقوى، وعملك ممكن أن يقوم به أي شخص آخر، فإن موقفك ضعيف ولا تستطيع حتى أن تستخدم التهديد بترك العمل. عليك هنا من البداية أن تتوقع أن مكاسبك من المفاوضات تكون محدودة لكن يمكن أن تقوي طرفك إذا ما وجدت فرصة في شركة أخرى، أو أنك تقوم بالعمل بشكل يجد صعوبة في الحصول على بديل لك. بشكل عام، عندما تواجه تعنت الطرف الآخر واستخدامه للاتجاهات العدائية، يمكنك

استخدام أحد الأساليب التالية كما يوضحها كل من ديفس وباليج، وفانينج (Davis, Paleg, and Fanning, 2004,pp.98-101).

أ) **طرح الأسئلة المتعاقبة**: منها بشكل خاص استخدام لماذا؟، وهذه الطريقة يستخدمها الطفل عادة في الحصول على معرفة شيء ما، فتجده يسأل باستمرار لماذا كذا؟، ولماذا كذا؟، وماذا يعني كذا؟، وكيف كذا؟. ويجعلك تعيش في حيرة كيف ترد عليه. ينبغي هنا للطرف الضعيف استخدام هذه الإستراتيجيه. لو نظرنا للموظف في حديثه مع مدير المؤسسة ومالكها، يمكن لنا أن نتصوره وفق هذه الإستراتيجية كالتالي:

الموظف: لماذا لا يمكن أن تحسن من وضعي وتزيد راتبي؟.

الرئيس: لأن هذه سياسة المؤسسة الآن، عدم زيادة الرواتب.

الموظف : ولماذا هي سياسة؟.

الرئيس: لأن مداخيل المؤسسة ضعيفة.

الموظف: ولماذا مداخيل المؤسسة ضعيفة؟.

الرئيس: لأن الوضع الاقتصادي العام ضعيف.

الموظف: ولماذا الوضع الاقتصادي ضعيف؟

الرئيس: هذه مشكلة عالمية وضعها معقد وشرحه يطول.

الموظف: لماذا لا نتجاوز هذه المشكلة ونغير في بعض أنشطة المؤسسة؟.

الرئيس: هذا صعب.

الموظف: ولماذا صعب؟، وهل جربت أشياء جديدة؟.

الرئيس: لا، لم أجرب.

الموظف: دعنا، نحاول أن نجدد بعض النشاطات ولدي الأفكار.

الرئيس: إذا كان ذلك كذلك فاكتب لي مقترحاتك، وعلى ضوئها سوف أقرر في إمكانية زيادة الراتب.

ب) **تغيير اتجاه الحديث**: في أحيان كثيرة، يكون خصمك في حالة هجوم لاذع عليك، لا يستمع لأسئلتك ولا يُجيب عليها، هنا ينبغي ألا تضع نفسك في حالة دفاع عن كل كلمة يقولها عنك أو عن أدائك، حاول أن تعيد صياغة الحوار بشكل آخر، يوقف عنك هذا الهجوم ويعطيك مجالاً أكبر لتحقيق أهدافك. عندما يتحدث عن أن أدائك ضعيف أو أنه غير منتج للمؤسسة، عندها يجب ألا ترد قائلاً لا، إن عملي مهم وأنه لولاي ما كان كذا وصار كذا لأن هذا لن يأخذك في مجال مفاوضاتك بعيداً. يمكنك أن تقول: "حقيقة لم أعرف ذلك لكن كيف يمكن لي أن أكون منتجاً أكثر؟، وكيف يمكن لي أن أجعل أدائي أكثر قوة من وجهة نظرك؟. أنت غيرت هنا من وجهة الحديث جعلته يفكر ملياً في أدائك ويفكر حقيقة كيف يمكن أن يكون بشكل أفضل يمكن أن تصل في نهاية الأمر إلى أن راتبك سيزيد إذا حققت له في الأداء كذا وكذا.

ج) **تعديل الهجوم الشخصي Reframing Personal attacks**: عندما يحول الطرف الآخر المفاوضات إلى تهجم مباشر عليك، ابتعد عن الرد بالمثل وحاول أن تُعيد دفة الحديث والحوار إلى الموضوع الأساسي. لذا؛ حاول أن ترفض أخذ الموضوع بشكل شخصي وأعد دفة الحوار للموضوع الأساسي.

د) **طريقة النص الواحد The One-Text Procedure**: عندما يصعب إجراء مفاوضات مباشرة بين الطرفين نظراً للحالة العدائية بينهما antagonistic، فإن التحاور عن طريق طرف ثالث محايد يُقبل من الطرفين يُعد الحل لذلك. يقوم هذا الطرف المحايد بمقابلة الطرفين والحديث معهما للتعرف على المشكلة بكامل تفاصيلها، ثم يقوم بكتابة مسودة تضع حلاً وسطاً Compromise بين الطرفين، ثم تعرض على الطرفين ليقوم كل

طرف بإجراء تعديلاته، ثم تعرض عليه ليقوم هو بالتوفيق بين التعديلين، وهكذا حتى يتم الوصول إلى اتفاق. ينبغي عليك أن تصبر وتتأنى فقد تتغير هذه المسودة لأكثر من ثلاثين مرة. عبر هذه الطريقة توصلت الولايات المتحدة الأمريكية بصفتها طرفاً ثالثاً إلى اتفاقية كامب ديفد بين مصر وإسرائيل، حيث مر النص عبر إحدى وعشرين مسودة. (Davis, Paleg, and Fanning, 2004,P.101)

نقاط للنجاح

سنقدم هنا مجموعة من النقاط المساهمة في نجاح مفاوضاتك -إن شاء الله- أشار إلى هذه النقاط الكثير من الباحثين والخبراء (الحسن، ١٩٩٣؛ Steps to Success,2004; Davis, Paleg and Fanning, 2004).

١- استعد جيداً للعملية التفاوضية مهما كان حجمها أو موضوعها، ادرسها جيداً، وتَعرّف على الطرف الآخر، وعلى مواقفه ومهاراته التفاوضية، ضع نفسك محله، وتعرف على متطلباته المتوقعة، وتعرف على عوامل قوتك وعوامل قوته. توقع اعتراضاتك على الطرف الثاني، واعتراضاته عليك، وتوقع كيفية رده، وضع أسس ردك. (انظر تحليل الموقف).

٢- حدد أهدافك بدقة وضعها على مستويات متعددة مفضلة، ممتازة، معقولة، حد أدنى، غير مقبولة.

٣- ضع تصورات متعددة وخيارات متعددة للحل وفق تنازل متبادل: "سوف أعمل كذا، إذا قدمت كذا".

٤- اجعل من نفسك مستمعاً جيداً لما يدور، مستمعاً نشطاً تسأل من أجل التوضيح، وتلخص ما يقال وتعيده بلغتك لتتأكد من فهمك، واستخدم لغة الجسد

من أجل تأكيد استجابتك ومتابعتك لحديث الطرف الآخر، وكن لبقاً وقل أقسى الأشياء بعبارات أنيقة ولطيفة.

٥- تعاطف مع الطرف الآخر، واجعل نفسك مكانه، واجعله يشعر بذلك واسأل نفسك: ماذا يريد أن يحقق؟، بماذا يشعر؟، وكيف؟ وكيف له أن يشعر بارتياح من الحل المنتظر؟.

٦- لا تأخذ الأمور بشكل شخصي don't take it personally. انظر إلى أن هناك مشكلة تحتاج إلى حل وأن كل طرف منكما لديه حق وأنه لابد من حل يرضي الطرفين افترض أن كل طرف في القضية يتسم بالعقلانية ويبحث عن العدالة المنصفة له وأن هناك خيارات كثيرة أمام الطرفين يمكن من خلالها الوصول لحل مرضٍ لهما.

٧- اجعل من تفاوضك تعاونياً Co-operative وليس تنافسياً Competitive لأنه مع التنافسية يصعب الوصول إلى حل، بل ربما تنتهي الأمور بالمزيد من الخلاف والجدل.

٨- احفظ توازنك ولا تنجرف وراء الغضب وحاول التحكم في أعصابك حتى في ظل انجراف الطرف الآخر، تصرف بحكمة دون ضعف.

٩- لا تكن صلباً جداً ولا ليناً جداً، بل كن بين بين، واضعاً نصب عينيك أهدافك التي ترمي تحقيقها.

١٠- إذا اشتد النقاش دون حلول واضحة، لا بأس أن تأخذ راحة قصيرة لالتقاط الأنفاس والتشاور وإيجاد الحلول والخيارات المناسبة، وهي فرصة أيضاً للطرف الآخر لعمل الشيء نفسه.

١١- في المفاوضات الصعبة والمعقدة بسبب موضوعها أو الأشخاص الذين يديرونها أو بهما معاً لا تنس أن تستخدم التكتيكات التي تم شرحها سابقاً.

١٢- بعض المفاوضين يستخدم طرقاً سيئة وخدعاً غير نظيفة مثل: الكذب، والغش، والتجليس غير المناسب، لذا؛ وقبل الخوض في الموضوع عند تجليسك في

مكان غير مناسب أو غير مريح، حاول أن تتخلص من ذلك بالحديث عنه وبالحديث عن العمليات التي تتم بواسطتها المفاوضات، وركز على أهمية الصدق والأمانة واحترام الآخر والبعد عن الطرق الملتوية وإيمانك بوجود خيارات متعددة للوصول لحل. في حالة عدم رضى الطرف الآخر بذلك، ربما الأفضل لكما البحث عن وسيط يدير بينكما المحادثات.

١٣- في حالات كثيرة تكون لدى الطرف الآخر القوة ولا يوجد لديك ما يوازيها، ابحث عن نقاط قوتك وحاول استخدامها بالقدر المستطاع. في بعض الحالات ومع وجود طرف آخر يعرف قدرته وقوته، ويعرف ضعف موقفك وافتقاره للقوة يشدد في مواقفه ولا يتزحزح عنها؛ لذا ربما يفضل لك الانسحاب؛ لأن عدم الاتفاق أفضل من اتفاق جائر.

١٤- عندما يكون التفاوض مع أطراف من ثقافات أخرى، فعليك بدراسة هذه الثقافة جيداً والتعرف على أسس التفاوض والحوار لديهم، كما تعرف على استخدامات الاتصال غير اللفظي عندهم.

١٥- التفاوض عبر الهاتف يفيد في الحد من التنقل، لكنه يحرم المتفاوض من أشياء كثيرة لا يمكن الحصول عليها إلا عن طريق الاتصال المباشر وجهاً لوجه لذا؛ لا تستخدمه إلا في الموضوعات السهلة، أو تلك الموضوعات التي لا يوجد مع الطرف اختلافات كبيرة.

١٦- عندما تنسحب لعدم القدرة على الاتفاق مع طرف تنافسي لا يسمح لك بالحصول على حل مقبول، احذر من أن تنهي الموضوع بشكل سلبي وتطلق للسانك العنان في الإساءة إليه أو أن تتحدث عنه أمام زملائك بسوء، أو تعمل مؤتمراً صحفياً تسيء فيه إليه. دائماً أبق الباب مفتوحاً وبيِّن له ذلك وأنك حريص على أن تلتقي معه مرة أخرى في حال أفضل لعلاج الموضوع والوصول لحل يرضي الطرفين.

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: قسم والتون أنماط الحوار إلى سبعة أذكرها مع الأمثلة؟

الإجابة
١.
٢.
٣.
٤.
٥.
٦.
٧.

السؤال الثاني: تحدث عن أهمية الحوار وفوائده؟

الإجابة

السؤال الثالث: ينقسم التفاوض إلى صنفين، ما هما؟ ومثل لكل منهما؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

استمع إلى حوار بين اثنين من زملائك أو أصدقائك أو حتى بين فردين من أفراد أسرتك وراقبهما دون أن يشعرا بذلك، ثم اعرض ما تعلمته من آداب الحوار على حوارهما، ثم أجب على التساؤلات التالية: كيف كان حوارهما؟، هل استطاعا أن يصلا إلى نتيجة؟، ما الخلل في عمليتهما الاتصالية الحوارية؟، وكيف كان يمكن تحسين وضع حوارهما؟

تدريب (٢)

حاول أن تجرب بعض مهارات الحوار مع من تتحاور معه في الموضوعات المختلفة التي تحدث بينك وبين الزملاء أو الزميلات كيف كانت النتيجة؟، وهل استطعت أن تصل لبر الأمان؟، وهل حققت أهدافك وما تصبو إليه؟

تدريب (٣)

يُطلب من المتدربين والمتدربات اختيار موضوعات اجتماعية أو سياسية ويجري حولها التفاوض وذلك بتكوين طرفين، طرف مؤمن بوجهة نظر معينة، وآخر يؤمن بوجهة نظر معاكسة، ثم يطلب من كل طرف إجراء كل ما يلزم قبل وأثناء وبعد التفاوض، حسب ما ورد في هذا الفصل.

السؤال: كيف كانت النتيجة؟، وهل توصل الطرفان إلى حلول؟، وكيف اتجهت الأمور؟، وما الصعوبات التي مروا بها؟، وما الحلول التي توصلوا إليها؟.

تدريب (٤)

كوّن فريقين واجعل أحدهما لديه كل القوة في موضوع سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي... إلخ، والفريق الآخر لا يملك القوة، ثم اجعل كل فريق يستعد للتفاوض، كيف يستطيع الفريق الأقل قوة أن يتفاوض مع الطرف القوي؟، وما التكتيكات التي ينبغي استخدامها؟، ثم ما النتيجة النهائية لهذا التفاوض؟.

الفصل الحادي عشر

مهارات الاتصال الأسري

Family Communication Skills

● طبيعة الاتصال الأسري ● مهارة التعامل مع الطفل اتصالياً ● الطفل والإنترنت ● مهارة التعامل مع الوالدين اتصالياً ● بعض حالات الاتصال الرديئة في داخل الأسرة ● مهارة التعامل مع النشء (المراهقين) من الجنسين ● مهارة الاتصال الفعال مع الطاعنين في السن ● مهارات حلول المشكلات الأسرية

تمهيد

يعد الاتصال بين أفراد الأسرة الواحدة من أهم أنواع الاتصال اليوم، ذلك أن صحة الأسرة ونضوج أبنائها معرفياً وصحياً ونفسياً وعملياً يعتمد بشكل كبير على طبيعة الاتصال داخل الأسرة. ونقصد بذلك الاتصال بين الآباء والأمهات وأطفالهم من ذكور وإناث وفي مختلف الأعمار، كما نعني بذلك الاتصال بين الأخوة والأخوات، وبين الأب والأم، والعلاقة الاتصالية الصحية تعني علاقة اتصالية صحية بين هذه الأطراف وقد تتجاوز ذلك كما نجد مثلاً في الأسر الممتدة، وتلك الأسر التي تعيش في البيت الواحد أكثر من مجرد الأسرة النواة كأن يعيش مع الأسرة الأجداد، أو أخوة وأخوات أحد الزوجين حيث أن العلاقة بين هذه الأطراف مهمة جداً.

سوف نتناول في هذا الفصل طبيعة الاتصال وأهميته في الأسرة، ثم نبين أهم الحالات التي تحتاج إلى اتصال داخل الأسرة، كما سنتطرق لأهم المهارات اللازمة للتعامل مع الأبناء والزوجين وكبار السن... إلخ.

طبيعة الاتصال الأسري

ليس هناك شيء في الوجود مثل العائلة، خاصة أسرتك التي نشأت وترعرعت فيها وبالذات والديك. قال تعالى: ﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوٓاْ إِلَّآ إِيَّاهُ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَٰنًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ ٱلْكِبَرَ أَحَدُهُمَآ أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَآ أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴾ (الإسراء، ٢٣) إن اتصالك مع الآخرين من الجيران والأصدقاء والزملاء يمكن أن تنهيه إلى الأبد إذا أردت ولن تجد نفسك مرغماً على ذلك التواصل، أما الأسرة فلا فكاك لك عنها وستظل في نهاية اليوم تعود إليها. لذا، لابد من التعايش معها والتواصل بين أفرادها بأفضل طريقة ممكنة (Mckay, Davis, and Fanning,1995,P.229).

يعاني الاتصال في الأسرة العربية بشكل كبير من الاتجاه الواحد من أعلى إلى أسفل، أي من الأب والأم للولد والبنت، وذلك نتيجة لموروثات توارثها الآباء عن الأجداد، وبقدر ما لبعضها من فوائد كبيرة في احترام الصغير للكبير وعطف الكبير على الصغير ومساعدته، بقدر ما لها من أضرار جسيمه على العملية الاتصالية النشطة والفاعلة. عادة ما يكون الاتصال في الأسرة العربية اتصال هابط ينزل من الأعلى حيث الأب ويهبط على أفراد الأسرة وبخاصة الأطفال والشباب. إنه اتصال لا يأخذ في الحسبان رأي الطرف الآخر وشعوره، رغباته وتوجهاته، أفكاره وآراؤه، كيف يعيش حاضره، وكيف ينظر لمستقبله. هناك أحكام مسبقة على الأبناء من بنين وبنات يجب تنفيذها بالكامل دون اعتراض أو حتى تساؤل؛ على سبيل المثال:

- نفذ ولا تعارض.
- لا تجادل.
- لا تشتكي.
- اعمل كذا هذا هو الصح.
- لا تتفلسف عليّ.
- أكبر منك بيوم أعلم منك بسنة.
- عندما يتحدث الكبار يسكت الصغار.

وهكذا من العبارات والكلمات والجمل الموروثة والتي لاشك، لا تتيح للعملية الاتصالية الفعالة أن تنشأ وتتطور.

وحتى نكون منصفين فإن موروثات الأحكام المسبقة في الأسر موجودة على مستوى ثقافات العالم المختلفة مثل:

- لا تظهر ألمك العاطفي.
- لا تسأل عن دعم عاطفي.
- لا تظهر أنك تأذيت.
- لا تتحدث عن أحلامك وأمنياتك.
- لا تحدث عن الخوف.

وغيرها من الموروثات التي تختلف باختلاف الثقافات. (Mckay, Davis, and Fanning,1995,P.229).

الاتصال الأسري حسب طبيعة الأسرة: لم تعد الأسرة في العالم العربي كما كانت منذ ثلاثين سنة سابقة، حيث كانت تميل إلى الأسرة الممتدة، أو العائلة الكبيرة، حيث ثلاثة أجيال يعيشون في البيت الواحد، فإضافة إلى الأب والأم نجد الجد والجدة وربما الأعمام والأخوال. هذا النوع من العائلة؛ يتطلب اتصالا مختلفاً عن العائلة النواة،

حيث أصبحت معظم المنازل في المملكة يقتصر المنزل على الأب والأم والأبناء والبنات، بل نجد أن نسبة الأسر بطرف واحد أب أو أم أضحت في حالة ازدياد واضح نتيجة للطلاق في الغالب، أو موت أحد الأبوين. وهذا أيضاً يتطلب اتصالاً مختلفاً بين أفراد الأسرة. ذلك أن الاتصال مع الأب يختلف عنه مع الأم سواء أكان ذلك للولد أم البنت، ووجود شخص واحد منهما لا يُشبع هذه العلاقة الاتصالية بل حتى لو وُجدت في البيت زوجة أب أو زوج أم. ولعل أكثر ما يمكن ملاحظته خلال السنوات العشرين الأخيرة، ضعف الاتصال العائلي نتيجة لانشغال الطرفين الأب والأم في العمل، أو نتيجة لانشغال الأب في العمل ومع أصدقائه خارج البيت وانشغال المرأة أيضاً خارج البيت مع زميلاتها وصديقاتها، مما يجعل الاتصال العائلي فقيراً. إننا نجد اليوم الاتصال أصبح بين الطفل الصغير والعاملة المنزلية والتي عادة ما تكون لغتها غير العربية - ناهيك عن أنها في الأصل ليست مربية وإنما مجرد عاملة نظافة - وهذا مما يؤثر على الاتصال وطبيعته ليس فقط في العائلة المعنية، ولكن على مستوى المجتمع عندما تصبح العملية ظاهرة والأثر لا يقتصر على الفترة الحالية ولكن ستظل آثار ذلك لأجيال قادمة.

الحاجة للاتصال الأسري: إن الحاجة للاتصال بين أفراد العائلة لا يتوقف عند حالة دون أخرى، ولا عند وضع دون الآخر، فالحاجة للاتصال هي حاجة مستمرة دائمة سواء أكان ذلك في الفرح، أم الحزن، وفي الأمل، أم الألم، في المناقشات العادية، أم في حالات الجدال والاختلاف، بل وحتى في حالات التعامل مع العنف، وفي حالات وجود الأطفال، وفي حالات تربيتهم، وفي حالات تغيير الاتجاهات والسلوكيات كلها أمور تحتاج إلى اتصال فاعل بين أفراد الأسرة سواء أكان ذلك بين الزوج والزوجة، أم بين أحدهما والطفل في المنزل، أو بين الأخوة والأخوات، أم حتى بين هذه الأسرة النواة، وأسر أو أفراد آخرين. (Lepoire,2006,PP.16-27)

تظهر الحاجة للاتصال في الأسرة عند محاولات كل طرف من أطرافها تحقيق أهدافه فالابن والابنة يريدان أن يشعرا أنهما أصبحا في عمر يجب أن يُعاملا فيه بصفتهما راشدين وليس طفلين، بينما نجد من وجهة نظر الوالدين أنهما مازالا في سن المراهقة مثلاً، وما زالا بعيدين عن الرشد وعن معاملتهم معاملة الكبار. وفي الطرف الآخر، نجد مثلاً الأب يبحث عن أهداف محددة يريد تحقيقها والأم لها أهدافها المختلفة وهذا الاختلاف في الأهداف يحتاج إلى اتصال فعّال في كيفية الحوار والنقاش وإلا دخلت الأسرة في معمعة الجدال وربما العنف.

مهارة التعامل مع الطفل اتصالياً

تُعد الطفولة من أهم المراحل العمرية للإنسان إن لم تكن أهمها على الإطلاق، وعلى الوالدين إدراك أن حاجات الطفل تتجاوز الحاجات الجسدية من مأكل ومشرب وملبس وحماية إلى تغذية عاطفية ونفسية توفر له الاهتمام الإيجابي، والاحترام والثقة والتفهم. إن إنصاتك إليه وحديثك معه يوصل إليه هذه التغذية. وفي الوقت نفسه عليك تعليم طفلك وتعويده على كيفية الاتصال بالآخرين بشكل صحي سليم. فغرس ثقافة الاتصال والتواصل مع الآخرين، تجعل من الطفل شخصاً ناجحاً ومتفوقاً في حياته القادمة بإذن الله، ذلك أن الاتصال هو الأساس في العلاقة بالآخرين وفي النجاح بشكل عام، فيقود الطفل إلى تعاون أكبر، ويقلص اختلافه مع الآخرين، ويساعده في تكوين حياة سعيدة.

(Schrodt, Ledbetter, and Ohrt, 2007; Koerner, and Fitzpatrick,2004; Davis, Paleg, and fanning,2004; Lepoire,2006).

طرق تعلم الطفل الاتصال مع الآخرين: هناك طريقتان أساسيتان لتعلم الطفل مهارات الاتصال وهي:

أولاً: تعلم الطفل كيف يتواصل مع الآخرين عن طريق تقليد الوالدين والأخوة فهي الطريقة الأولى والأساس للتعلم لذا، ينبغي أن نتعامل معه وفق الأسس الصحية للاتصال:

- الاستماع إليه بشكل نشط Active Listening بمعنى أن ننصت له عندما يتحدث، ونوصل إليه عن طريق الاتصال غير اللفظي أننا نستمع إليه ومهتمين بما يقول.
- التوقف عن عمل أي شيء آخر وهو يتحدث فإذا كنا نشاهد التلفزيون نقفله، وإذا كنا نكتب نتوقف عن الكتابة وهكذا. ولكن علينا إذا كنا مشغولين بشيء مهم ولا نستطيع أن نتركه عندما يتحدث إلينا أن نطلب منه الصبر قليلاً حتى ننهي ما لدينا ثم نستمع له ونتفاهم حول ما يريد قوله.
- الاستماع ليس فقط للكلام ولكن أيضاً لشعوره وأحاسيسه سواء أكانت سعيدة، أم غاضبة، أم حزينة، وذلك من خلال الانتباه لما وراء الكلمات، ولحركاته وإيماءاته الجسدية.
- وعند انتهاء الطفل من الكلام، علينا أن نُعيد بلغة بسيطة مضمون ما فهمنا من رسالته وذلك لنتأكد من أننا فعلاً فهمنا ما يريد.

عندما نمارس هذا الإنصات النشط مع الطفل، نقوم في الواقع بتعليمه كيفية الاستماع والإنصات للآخرين وكيفية التعامل معهم والشيء نفسه عند الحديث مع الطفل، فعندما نتحدث معه بلغة هادئة وواضحة ونعبر عنها وفق الأسس التي تمت دراستها عند الحديث، فإننا أيضاً نعلمه كيف يتحدث، وكيف يختار كلماته، وكيف ينظر للمتحدث إليه.

ثانياً: تعليم الطفل عن طريق تعليمنا النشط له في كيفية التحدث والإنصات:

- علّم الطفل بشكل مباشر الابتعاد عن المؤثرات السلبية في الاتصال والتركيز على المتحدث فقط ومتابعة كلامه وإيماءاته وحركاته الجسدية وشرحها له.

• علّم الطفل أن يُعيد عليك أهم ما قلته له بلغته لتتأكد من تركيزه معك وبالتالي تعلم هذه المهارة وأنها أساس الاستماع للآخرين، والتأكيد على فهم الحديث.
• اسأل الطفل عن شعوره أثناء حديثك إليه، هل كنت سعيداً؟، أم حزيناً، أم قلقاً...إلخ، وذلك حتى يستطيع الطفل أن يربط بين القول والشعور.
• أكّد على الطفل عندما يفشل في إعادة ما في رسالتك أو لم يفهم شعورك أن الاتصال يحتاج لتركيز أكثر واهتمام أكبر بالشخص المقابل وإعطائه كل الحواس له أثناء الحديث، وذلك من خلال النظر إليه والإنصات لما يقول دون التفكير في أشياء أخرى.
• علّم الطفل فنون الحوار: ينبغي تعليم الطفل مهارات الحوار وآدابه كما سبق وأن تم الحديث عنها مثل: عدم المقاطعة أثناء حديث الشخص المقابل، ليس كل ما يطلبه أو يهدف إليه يتحقق فهناك ما يسمى بالحلول الوسيطة وتدريب الطفل على ذلك، خاصة في طلباته في الحصول على ألعاب، أو غير ذلك.

ثالثاً: التعلم من خلال تواصل الآخرين في العائلة: إن معظم ما يتعلمه الطفل ليس من حديثنا المباشر معه، وليس من تعليمنا له، ولكن من خلال مشاهدته لحديث أفراد العائلة، وكيفية تعاملهم مع بعضهم. لهذا، ينبغي عدم القيام بالمشاجرات أمام الأطفال، وعدم حل المشكلات العائلية والتحدث فيها أمام الأطفال والبعد عن ذلك لأنها تؤثر عليهم من كل النواحي. (Davis, Paleg, and Fanning, 2004; Roloff and Miller, 2006)

التعبير عن النفس مع الطفل: لاشك أن هناك قواعد وأصول وأسس ينبغي مراعاتها عند حديثنا مع الطفل، خاصة في أمور معوجة نرى أهمية توضيحها للطفل حتى لا يكررها في مرات قادمة. يقدم ديفس وبليج وفاننج ثلاث خطوات أساسية هي:

١- وصف الموقف Describe The Situation : ويقصد بذلك تقديم المعلومات الأساسية التي توضح للطفل السبب في أن ما قام به يُعد أمراً غير محمود. فلو تأخر الطفل في الاستعداد للخروج للمدرسة صباحاً يمكن القول: محمد إن الساعة الآن تُشير إلى السادسة والنصف وتحتاج إلى نصف ساعة حتى تصل للمدرسة وهو موعد بدء الحصة الأولى.

في أحيان كثيرة وصف الحالة يُغني عن مواصلة الخطوات التالية لأن الطفل عرف الرسالة بشكل جيد.

٢- استخدام كلمة أنا لوصف شعورك: لو افترضنا أن الطفل أعلاه (محمد) يخرج في كل يوم متأخراً للمدرسة، وتشعر فعلاً أنه غير مبالٍ وأنه لا توجد أسباب أخرى بسببها يريد التأخر سوى أنه غير مبالٍ، إذ أنه يأوي لفراشه باكراً وينام، وصحته جيدة، ويحب المدرسة والطابور الصباحي، لكنه متعود على الكسل الصباحي وعدم المبالاة هنا لو قلت للطفل "أنت كسول"، "أنت لا تقدّر تعَبي وصحوتي من أجلك باكراً"، "أنت تعذبني"، "شوف ابن جيراننا كيف يصحو مُبكراً" لاشك أنها كلها جمل فيها لوم للطفل وتقريع له، بل إن في الجملة الأخيرة إشعار له بأنه أقل مكانة من ابن الجيران. وهذه أشياء تولد العصيان والتمرد لدى الطفل. لذا، الأفضل استخدام كلمة أنا، مثلاً: "أنا أشعر أن جهدي يذهب هباءً"، "وأنا أشعر بالإحباط"، "أنا أشعر أنني متجاهل" لاشك أن هذه الجمل أقل عدوانية وبالتالي فالطفل سيكون أكثر استجابة لها.

٣- وصف ما تريد أو ترغب من الموقف Describe What you need in the situation

في بعض الأحيان نجد أن المشكلة لا تُحل حتى تصل لهذه المرحلة وهي مرحلة تعني أن تصف ما تريده وترغبه أنت من تفاعل للطفل مع الموقف، فتقول للطفل الذي ترغب أن يخرج للمدرسة في الحال: "أرغب أن تخرج الآن حتى تلحق طابور المدرسة". (Davis, Paleg, and Fanning, 2004, PP.172-175).

الطفل والإنترنت

أصبح الطفل العربي اليوم يستخدم الإنترنت من أماكن عدة؛ من البيت، والمدرسة، وعند الأصدقاء، ومن خلال هاتفه النقال. لذا، يتوجب على أولياء أمورهم تعليمهم أهمية استخدام الإنترنت بما يحقق لهم الفوائد المرجوة ويبعد عنهم سلبياتها الخطيرة.

تؤكد هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية في أحد كتيباتها التوعوية على أهمية تعليم أولياء الأمور أطفالهم وتحذيرهم من أخطار الإنترنت كما يفعلون مع بقية الأشياء الخطرة الأخرى مثل: النار والمياه، والطرق، والمركبات، وغيرها. وترى أن الاستعداد لذلك يقلل من المخاطر التي تواجه الطفل أثناء استخدامه للإنترنت (المركز الوطني الإرشادي لأمن المعلومات، ص٣).

ويمكن أن نضع تصورات ثلاثة لكيفية حماية الطفل من الإنترنت وهي كالتالي:

أولاً: حماية الطفل قبل البدء في دخول الإنترنت: وأقصد بها هنا حماية الطفل قبل أن يبدأ تعلم مهارة الدخول على الإنترنت وذلك عبر:

- تعليم الطفل أهمية الإنترنت في هذا العصر وما طبيعة فوائدها ومخاطرها، وكيفية استخدامها والإفادة منها بشكل سليم.
- وضع جهاز الحاسب وجميع الأجهزة المستخدمة بما فيها اللوحية في مكان عام، أو مكتبة لجميع أفراد العائلة وليس في غرفهم الخاصة.
- وضع أوقات محددة لاستخدامات الإنترنت، وحاول أن تكون قريباً منهم أثناءها كأن تكون أثناء ساعات إطلاعك أنت على الإنترنت.
- تأكد من وجود برامج حماية على الأجهزة المستخدمة.
- علمهم كيفية اتخاذ القرارات حين مواجهة الخطر، وبين استعدادك للمساعدة.

• تعزيز الوازع الديني لدى الطفل وشعوره الوطني بما يكفل خلق رقابة ذاتية عالية.

• تفعيل دور الطفل القيادي في الأسرة، وبالذات في مجال التقنية بما يشعره بالمسؤولية خاصة مع تطور مراحله العمرية (المركز الوطني الإرشادي لأمن المعلومات، ص٥).

ثانياً: حماية الطفل أثناء استخدام الإنترنت في المنزل:

• مراقبة الأطفال والمواقع التي يزوروها بشكل غير مباشر خاصة الأطفال الأكبر في السن، إذ لابد من إشعارهم بالثقة فيهم.

• إيجاد قائمة لهم بالمواقع التي يمكن أن يستفيدوا منها، وتلك التي يمكن أن يمارسوا معها شيئاً من التسلية والترفيه.

• التعرف على أصدقائهم في الإنترنت، وتنبيههم بخطورة الغرباء والطرق الملتوية التي من الممكن أن يستخدموها.

• مناقشة الطفل حول المواقع التي يزورها، والفوائد التي يجنيها (المركز الوطني الإرشادي لأمن المعلومات، ص٥).

ثالثاً: حماية الطفل أثناء استخدامه الإنترنت في خارج المنزل أو عبر الهاتف النقال:

• التعرف على أصدقاء ابنك.. محاولة الحد من خروجه كثيراً ولابد من معرفة أماكن تواجده خارج المنزل.

• التنبيه إلى مخاطر استعمالات الهاتف النقال خصوصاً في مجال الإنترنت.

• ضبط تقنية البلوتوث على عدم الظهور حتى لا يكون جهاز ابنك أو ابنتك عرضة للدخول عليه من قبل الآخرين ممن يعملون على ذلك.

ولعل من الأهمية حماية الطفل من الهاتف النقال والحد من خطورته ليس فقط في مجال الإنترنت ولكن في مجال الاتصال بشكل عام.. وهنا بعض الأمور التي على الوالدين مراعاتها:

• لا توفر الهاتف النقال لطفلك وهو في سن باكرة جداً، أو فقط لتقليد الآخرين، لكن ضع الضرورة والحاجة له هي السبب في الاقتناء.

• ضع نظام عائلي لهواتف أبنائك وبناتك النقالة بما يضمن متابعتها والحد من التكاليف.

• لا تستخدم بطاقات الشحن مسبقة الدفع لصعوبة مراقبتها.

• التأكد من مناسبة الهاتف النقال لعمر طفلك.

• التوعية بكيفية استخدام الهاتف النقال والتحذير من حفظ الصور والمعلومات الخاصة فيه لخطورة الحصول عليها من قبل الآخرين.

• تحذيرهم من قبول رسائل البلوتوث غير معروفة المصدر.

• حفظ الرقم التسلسلي لجهاز الهاتف النقال.

التأكيد دائماً على أن الهاتف النقال وكذلك الحاسب مع وجود الإنترنت أجهزة غير آمنة ويمكن الدخول عليها من قبل محترفي الاحتيال والنصب (المركز الوطني الإرشادي لأمن المعلومات، ص٥-٨).

مهارة التعامل مع الوالدين اتصالياً

قال تعالى: ﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوٓاْ إِلَّآ إِيَّاهُ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَٰنًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ ٱلْكِبَرَ أَحَدُهُمَآ أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَآ أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴾ (الإسراء، ٢٣). إن الله سبحانه وتعالى يأمرنا بكيفية الاتصال مع الوالدين، بل يبدأ أوامره بتحذيرنا من قول كلمة أف لهما أو نهرهما ويطلب منا أن نتواصل معهما بالقول الكريم اللطيف.

لذلك عليك بإتباع الخطوات التالية عند تعاملك معهما أو مع أحدهما:

- إذا كان الإنصات للمتحدث أمامك ضرورة أساسية للاتصال النشط الفعال، فإن الإنصات للوالدين قبل ذلك واجب ديني أمرنا به سبحانه وتعالى. لذا عليك بالإنصات جيداً لهما واستخدام الاتصال غير اللفظي لتأكيد إنصاتك لهما من إيماءات وحركات جسدية تدل على ذلك، إضافة إلى إعادتك لتلخيص ما فهمت من قولهما لتتأكد أنك فهمت ما يقولانه لك وعليك أن تراعي أن الإنصات لا يعني فقط الإنصات للكلمات، ولكن لما وراءها وللشعور الذي خلفها.
- عدم مقاطعتهما والاستمرار في الإنصات لهما حتى الانتهاء من حديثهما، وأن يكون دخولك في الحديث أثناء كلامهما فقط للاستيضاح والتأكيد على فهمك لما يقولانه.
- أهمية الاعتراف بما يشعر به الوالدان وما يفكران فيه acknowledging the thoughts and feelings. والاعتراف بشعورهما وتفكيرهما لا يعني بالضرورة الموافقة على ما يقولان أو ما يطالبان به دائماً ولكن إشعارهما بالتضامن معهما في شعورهما حيال الشيء المتحدث عنه. هذا التعاطف الشعوري يساعد في الحد من انفعالهما، كما يساعد في تهيئة الجو لتقبل رد فعلك حتى وإن كان في الواقع يختلف عن رأييهما. على سبيل المثال: لو طلب منك والدك اختيار تخصص معين، مثلاً: أن تتخصص في طب الجراحة بدلاً من رغبتك في تخصص العيون. لو جاء ردك: لا، أنا آسف يا أبي هذه حياتي وأنا أعرف قدراتي، فأنا لا أرغب هذا التخصص ولا أجد نفسي فيه، وإن تخصص الجراحة تخصص لا أحبه وليس أكثر أهمية من تخصص العيون. تخيل ماذا سيكون رد فعل الأب سيغضب وسيزيد من إصراره مما يولد اختلافاً كبيراً بينكما لكن لو جاء ردك معترفاً ومؤيداً لشعور والدك كالتالي: "صدقت يا أبي فتخصص الجراحة تخصص مهم ومستقبله كبير، ولكني سمعت يا أبي أنه يحتاج إلى مهارات كثيرة هي كذا وكذا كما أخبرني بها أستاذي في الجراحة وإني يا

أبي لا أملك هذه المهارات اللازمة، ولو تخصصت فيه لربما نجحت وحصلت على الشهادة فيه ولكني لن أكون مميزاً في ممارسته لافتقادي لمهاراته اللازمة والتي في معظمها موهبة فطرية... لكن لو اتجهت لتخصص العيون لاستطعت أن أكون ـ بإذن الله ـ مميزاً وربما تفوقت وأكملت دراساتي العليا وأصبحت مشهوراً في هذا المجال". ماذا تتوقع أن تكون ردة فعل الأب في هذه الإجابة مقارنة بالإجابة الأولى لاشك إن الاختلاف لكبير ولربما قال الأب لابنه وفقك الله اعمل ما تراه مناسباً.

- أهمية الحديث بخضوع للوالدين وبصوت منخفض وهادئ، وينبغي استخدام أرق الكلمات وأعذبها عندحديثك لأحد والديك، وعليك استخدام مهارات الإقناع لإقناعهما بما تريد. قال تعالى: ﴿ وَٱخۡفِضۡ لَهُمَا جَنَاحَ ٱلذُّلِّ مِنَ ٱلرَّحۡمَةِ وَقُل رَّبِّ ٱرۡحَمۡهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرٗا ﴾ (الإسراء ٢٤).
- راقب دائماً الاتصال غير اللفظي الخاص بك والخاص بوالديك، وعندما تشعر بأن أحدكما بدأ يرفع الصوت، أو يقف بدلاً من الجلوس، أو يحرك الأشياء بانفعال فيجب أن تغير الحديث أو تطلب مهلة للتفكير وذلك منعاً لحدوث تأزم شديد في الموقف. (Davis, Paleg, and Fanning, 2004, P.86)
- أهمية شكر الوالدين فمهما عملنا فإننا لن نجزيهما حقهما، وكن شاكراً لهما دائماً قبل الطلب منهما أو الرد عليهما.
- عندما يتحدثان إليك وهما في حالة انفعالية، عليك الإنصات النشط وأعد باختصار ما يطلبانه منك أو يقولانه، وأذكر بعض كلماتهما بالضبط لتدلل لهما أنك منصت لهما وهذا في حد ذاته سيخفض من حدة انفعالهما، اترك طلباتك لوقت آخر يكونان فيه أكثر هدوءاً.
- قد يكون من المناسب في بعض الأحيان لتحقيق رغبة لديك يعارضك عليها أحد والديك أو كلاهما أن تستعين بطرف آخر ولكن بعد أن تكون قد استنفذت كل

الطرق لذلك ويجب أن يكون هذا الشخص ممن يعز عليهما فقد تستعين بوالدتك أو عمك لإقناع والدك مثلاً.

بعض حالات الاتصال الرديئة في داخل الأسرة
Communication Pitfalls

يقدم لنا مجموعة من علماء الاتصال بعضاً من حالات الاتصال الرديئة التي تتم داخل الأسرة والتي ينبغي علينا الحذر من الوقوع فيها. (القحطاني، ٢٠٠٩ ؛ Davis, Paleg and Fanning, 2004; Mckay, Davis, and Fanning,1995; Roloff and Miller,2006; Condrill and Bough,2007; Koerner and Fitzpatrick,2004)

- **السكوت الطويل ثم الانفجار**: ويُعنى به السكوت عن شيء ما مزعج لك باعتبارك رب أسرة مثلاً سواء أكان يصدر من الزوجة، أو إحدى البنات، أو أحد الأولاد، حتى تصبح في حالة غضب شديد وهيجان فتتحدث فيه مع الشخص المعني وفي وقت يصعب فيه أن تناقش الموضوع بشكل هادئ.
- **تسويف العقاب أو العتاب**: عندما يقوم الطفل بعمل سلوكي غير جيد، يجب توضيح ذلك له بشكل مباشر وعدم التسويف أو تأخير ذلك لوقت آخر، لأن الطفل لا يتذكر ما قام به بالأمس، ولا يربط بين الأحداث القديمة والأخرى الجديدة، إن للأطفال الصغار ذاكرة قصيرة جداً، وهم يميلون مع اللحظة الراهنة ويتعلمون من خلال ربط الأشياء ببعضها في اللحظة نفسها، فإذا كان الطفل يقوم بعمل ما وتحاول أن تعاتبه على عمل قام به بالأمس فإنه ربما يربط كلامك بالعمل الذي يقوم به في الوقت الحاضر ويعتقد أن شعورك السيء نتج عن العمل الذي يقوم به في اللحظة نفسها.
- **الاختلاف ما بين الكلام والفعل**: لا تجعل من كلامك مخالفاً لسلوكك لأنه لن يفيد في تحقيق ما تصبو إليه. لا تقل مثلاً: إنك لا تمانع من عمل شيء ما ثم عند التنفيذ يظهر من فعلك خلاف ذلك.

- **تضخيم الأخطاء وتعميمها**: شيء طبيعي أن تصدر بعض الممارسات الخاطئة، سواء أكانت من الزوج أو الزوجة، أم أحد الأبناء والبنات، فعلى الوالدين بشكل خاص عدم تضخيم أخطاء أبنائهما. لا تقل لابنك: أنت عمرك ما أحضرت الصحف من صندوق البريد، ولكن قل له: "أشعر في أحيان كثيرة، علي أنا أن أقوم بإحضار الصحف من صندوق البريد".
- **تحطيم الشخص المقابل**: إن تحطيم الشخص المقابل يجعله في حالة تمرد وعصيان وإنكار لما تقول لذا لا تقل: "أنت بليد أو أنت كسول"، ولكن قل: "في بعض الأحيان أحس أنك أصبحت لا تهتم بالدراسة مما جعل درجاتك تنخفض كثيراً".
- **استخدام أنت وضمير المخاطب في العتاب**: إن استخدام ضمائر المخاطب في العتاب بشكل مباشر تجعل الطرف الآخر أكثر حساسية وأقل قابلية للاستجابة، لذلك لا تقل: "أنت لا تسمع الكلام"، ولكن قل: "أحس في أحيان كثيرة إني أتحدث إلى نفسي".
- **عدم الوضوح في الطلب**: في بعض الأحيان وخاصة في المجتمعات العربية، نجد أن الفرد لا يقول ما يريد بصراحة ولكنه "يدور حول الحِمى" وهذا خطأ كبير، خاصة مع الأطفال قل لهم ما تريد بشكل واضح، فلا تقل: "إني أشعر بالظمأ الشديد" في حالة رغبتك أن يقوم طفلك الصغير بمناولتك كأساً من الماء، واطلب منه الطلب بشكل مباشر.
- **التناقض وعدم التناغم**: الاتصال ليس فقط بالكلمات ولكنه يتجاوز ذلك إلى الاتصال بالجسد، لذا احذر من أن يتناقض كلامك مع حركاتك وإيماءاتك الجسدية. عندما يرتكب الطفل الصغير مثلاً خطأ سلوكياً فلا تجعله يشعر أن كلامك يعطيه رسالة رافضة للعمل، وحركاتك الجسدية تعطيه انطباعاً بالرضا مما قام به، وهذا نلاحظه كثيراً في تعاملات الآباء مع أبنائهم، خاصة الذكور إذ يعتبر

الأب أن ما قام به الطفل عملاً ذكورياً يثير الإعجاب حتى وإن كان عملاً سيئاً، فيقول الأب للطفل: "إن هذا السلوك سيء ولكن يرى الطفل في حركات والده الجسدية أنه عمل مثير للإعجاب".

• **المقارنات السلبية**: لا تقارن ابنك أو ابنتك بابن أو ابنة الجيران بشكل سلبي وللأسف نلاحظ ذلك كثيراً في البيئة العربية فيكثر الأهل قول: "انظر كيف هو ابن جيراننا، إنه في كل عام يحصل على المركز الأول في المدرسة، لماذا لا تكون مثله؟! ماذا ينقصك؟!" أو القول: "لماذا لا تكوني مثل أختك التي تساعدني في كل كبيرة وصغيرة وأنت فقط جالسة على التلفزيون؟". إن هذه المقارنات السلبية تعطي الطفل أو الولد أو البنت في سن المراهقة رسالة سلبية مزدوجة فليس فقط أنت سيء، ولكنك أيضاً أقل من ابن أو ابنة الجيران أو حتى من أخيك وأختك.

إن هذه المقارنات السلبية تجعل الطفل أو الشاب في حالة دفاعية عن نفسه، وتجعله لا يصغي إلى رسالتك أو يحاول تفهم موقفك، إضافة إلى ما تغرسه فيه من آثار نفسية سلبية قد تؤثر حتى على علاقته بالطرف المقارن به.

• **إزجاء النعت والألقاب السلبية**: يسهل على الأهل في أحيان كثيرة نعت أطفالهم بصفات معينة دلالة على عدم رضاهم عمّا يقومون به من أفعال، فتقول الأم لابنتها مثلاً: "أنت كسولة"، "أنت أنانية" وربما "أنت غبية" وقس على هذه الأوصاف. إن هذه النعوت تهدم شخصية الطفل ولا تبنيها، وتعقد المشكلة ولا تحلها. لذا، ينبغي على الوالدين دائماً رفض العمل السيء وإنكاره بشكل مباشر. اجعل الحديث موجهاً للسلوك المرفوض وليس للشخص المخاطب فالسلوك كان سيئاً وليس الطفل نفسه.

• **التهديد والوعيد**: إن استخدام التهديد والوعيد في العلاقة بين أفراد الأسرة الواحدة يجعل العلاقة قائمة على الخوف وليس الحب والتفاهم والاحترام وهذا مدعاة لأن

يقوم الشخص المهدد بعمل ما هو منهي عنه بشكل سري، إذ إن الامتناع عن الشيء جاء وليد الخوف وليس الإقتناع.

- **إهمال الدعم العاطفي والاجتماعي**: إن الدعم العاطفي والاجتماعي ضرورة لأفراد الأسرة فالزوجة تحتاجه وكذلك الزوج والابن والابنة والأب والأم. لذا، على أفراد الأسرة أن يقدموا الدعم لبعضهم خاصة في أوقات أزماتهم سواء أكان مصدرها من داخل الأسرة أم من خارجها. والدعم يأخذ أشكالاً عدة، مثل: التقمص العاطفي، ومحاولة المساندة في حل المعضلة، والإنصات الجيد والتعاطف النفسي مع المكلوم ومساعدته في البوح... إلخ. (Koerner,2010; Burleson,2003)
- **التركيز على السلبيات عند النقد**: يركز بعض أفراد الأسرة على السلبيات ويبدأون بها مما يجعل الطرف المقابل يرفض النصيحة أو حتى يتقبلها. لذا، حاول أن تبدأ نقدك بذكر بعض الإيجابيات، ثم تحدث بعد ذلك عن كيفية تحسين نقاط الضعف الموجودة.
- **إحراج وإخجال الطرف الآخر**: إن إحراج الطرف الآخر وجعله يشعر بالخجل خاصة أمام الآخرين، يقود إلى نتيجة عكسية. أعطِ دائماً الطرف الآخر الفرص لإنقاذ ماء وجهه Save face.
- **ضعف الحوار**: إن ضعف الحوار بين أفراد الأسرة وعدم تعويدهم عليه يجعل الأمور تتفاقم حتى تصل حد الانفجار خاصة بين الزوجين لذا، فإنه من الضرورة بمكان ممارسة الحوار والنقاش حول المخاوف والمشكلات في بداياتها.
- **استمرار الحوار في حالات الغضب**: عندما يشعر الإنسان بأنه في حالة نفسية سيئة أو في حالة غضب وهيجان فعليه الابتعاد عن الاستمرار في الحوار، لأن المشكلة ستتفاقم وتزيد بدلاً من أن يصل فيها المتحاور إلى حل لذا، على الشخص عند شعوره بمثل هذه الحالة أن يطلب تأجيل الحوار.

مهارة التعامل مع النشء (المراهقين) من الجنسين

تُعد مرحلة المراهقة من أخطر المراحل العمرية للإنسان ذكراً كان أم أنثى، ويحتاج في هذه المرحلة لعناية خاصة من قبل أفراد عائلته. وتبدأ مراحل المراهقة في سن مُبكرة ما بين ١٢-١٤ سنة، وتستمر حتى التاسعة عشرة وربما تتجاوزها لبدايات العشرين.

تظهر على الشاب والفتاة تغيرات فسيولوجية، ونفسية، واجتماعية عديدة، تؤثر على الشخصية تكويناً وبناءً. فيلاحظ الأهل تغيرات جسدية كثيرة على الولد مثل: خشونة الصوت، وحب الشباب، ونمو الجسم بشكل واضح، وبروز الحاسة الجنسية. كما تلاحظ تغيرات على الفتاة مثل الدورة الشهرية، ونمو صدرها، وحب الشباب، ومشاكل الوزن ... إلخ.

يرافق هذه التغيرات الجسدية، تغيرات واضحة في التعامل مع الآخرين، وفي التصرفات السلوكية والاجتماعية والنفسية، فيتقلب المزاج، ويميل الفرد لعدم الإنصات للأهل، ويحبذ الاستقلالية، والسيطرة على الأمور لشعور المراهق وكذلك المراهقة أنهما تجاوزا مرحلة الطفولة وإن المتعامل معهما يجب أن يقر بذلك فيعاملا معاملة الكبار وأن يحصلا على الاستقلالية. ويتأثر الفرد هنا بالأصدقاء والصديقات ويسمع لهم أكثر من أفراد العائلة، وهنا تكمن خطورة الانحراف فيما لو وجد مجموعة من الأصدقاء والصديقات المنحرفين.

ولعل بدايات الإدمان على التدخين والمخدرات والهروب من المنزل تبدأ من هذه المرحلة، بل إن معظم الانحرافات تبدأ من هذه المرحلة التي يعاني فيها الإنسان كثيراً من التقلبات، إذا لم يكن يدرك أفراد عائلته كيفية التعامل مع هذه السن (مولوي، ١٤١٥).

فيما يلي بعض القواعد الأساسية التي على الأهل الاهتمام بها عند التعامل مع النشء من المراهقين والمراهقات:

- **الإنصات الجيد**: إذا كان الإنصات هو السبب الرئيس في نجاح تعامل الشخص مع الآخرين، فإنه هنا يزداد قيمة ذلك أن الفرد المراهق يبحث عمَّن يسمع له، لا من يأمره أو يطلب منه أن يسمع له إنه يريد أن يعبر عن نفسه، يريد أن يوضح مواقفه، أن يبين قدرته على الفهم والإدراك والسيطرة على الأمور، وأنه لم يعد ذلك الطفل الصغير الذي عليه أن يسمع وأن ينفذ. لذا، على الوالدين بالذات، إعطاء المراهق الوقت اللازم للتحدث، والإنصات إليه إنصاتاً نشطاً، بما يساهم في تعزيز ثقة المراهق بنفسه ويبين له بوضوح وجلاء أنه مستمع لما يقول ويفهم، بل ويعترف به، أي أن الأب أو الأم تتعاطف مع ما يقال حتى وإن اختلفا معه.
- **طرح بعض الأسئلة**: ينبغي للأب وكذلك الأم متابعة أبنائهما وبناتهما، خاصة في هذا السن، ويمكن أن يكون ذلك من خلال طرح أسئلة يستدل منها على وجهته ومن في معيته؟، وأين؟، ومتى؟ ... إلخ. ولكن طرح الأسئلة أيضاً يحتاج لفن ومهارة فالمراهق في هذه السن لا يحب أحداً يراقبه، ويعد عليه خطواته، لذا، فينبغي عدم طرح الأسئلة بشكل استفزازي، أو بما يدل على المراقبة والتجسس، لأن ذلك مدعاة لرفض الرد وظهور مشكلة بين الطرفين. لذا، لابد للتمهيد لهذه الأسئلة من خلال الحديث عن الأصدقاء، وكيف يتعاملون معه، ومن هم؟، بحيث يفهم المراهق أو المراهقة أن مرد الأسئلة هو الاهتمام به شخصياً وتشجيعه، وليس هي أسئلة في محاولة للمراقبة والسيطرة.
- **الاهتمام بالأشياء المهمة**: يُخطئ الوالدان في مجتمعنا في التركيز على الأمور السطحية في حياة المراهق والمراهقة مثل طريقة اللبس، وتسريحة الشعر، ولبس بعض الحُلي. نعم لا تركز عليها كثيراً، ولا تجعلها سبباً في أن يبتعد أبناؤك عنك. وينبغي التركيز على الأمور المهمة مع إعطاء المراهق أو المراهقة الحرية في بعض الأشياء التي ستزول فيما بعد. وإن لزم الأمر في التوجيه لبعض مثل هذه الأشياء

فليكن وفق أسس صحية وبعيداً عن الاستفزاز والتزمت، على سبيل المثال، بدلاً من قول الأم لابنتها: "ما هذا المكياج السيء، مكياج البنات غير المربيات... إلخ"، يمكن القول: "... واو ... شكللك مع المكياج حلو مرة ومختلف، بس إيش رأيك أجعله لك أكثر جاذبية تعالي جربي"، وينبغي أن ندرك طبيعة الإنسان في هذه السن والتي تتشكل فيها العواطف ويحاول فيها الفرد تحقيق ذاته لذا، فمن الطبيعي أن يهتم الابن أو الابنة بعمليات التجميل في الملبس والشكل حسب ثقافة جيلهم (يوسف، ١٤١١).

ينبغي التركيز أكثر على أمور فيها حياة أو موت، إيمان أو ضياع، مثل أمور الدين الأساسية لتوضيح الحلال من الحرام، وتعليم فن سلوكيات قيادة السيارة، وكيفية تجنب المخدرات، والتطرف ... إلخ.

- **أهمية الحوار عن التغيرات الجسدية:** أوضحت إحدى الدراسات السعودية ضعف الحوار مع الأبناء حول التغيرات الجسدية التي تحدث أثناء سن المراهقة.
- **التشجيع:** يحتاج المراهق والمراهقة في هذا السن إلى الكثير من التشجيع والمؤازرة من قبل الأهل فإذا كانت هناك موهبة في شيء ما يجب رعايتها والتأكيد علي أهميتها وتوفير كل الإمكانات اللازمة لها. وينبغي هنا ألا نفرض توجهاتنا ورغباتنا على أبنائنا، خاصة إذا لا حظنا أنها لا تتوافق مع تكوينهم الطبيعي (حمزة، ١٤٠٢).. وإن عمل سلوكاً جيداً، كوفئ عليه والمكافأة لا تعني المال ولكنها بالدرجة الأولى المكافآت المعنوية التي تعزز الثقة بالنفس، وإن أخطأ ينبغي عدم المبالغة في الرد، بل ينبغي تشجيعه على ألا يعمل ذلك مرة أخرى، ومحاولاً تقبل عذره وتفهمه وتوجيهه برفق.
- **الصدق والاحتفاظ بالوعد:** إن من أخطر الأشياء التي يرتكبها الوالدان، عدم الصدق مع أبنائهم وبناتهم، وعدم الاحتفاظ بالسر الذي يقطعونه على أنفسهم

تجاهم. مثلاً: يخبر الابن والده بسر معين ويطلب منه عدم البوح به لأحد حتى والدته، ويعده الأب بذلك لكنه يكتشف بعد فترة أن والده لم يلتزم بالوعد الذي قطعه على نفسه وأخبر والدته. أو أن تقوم الأم بالوعد لابنتها بتحقيق شيء ما لها، ثم بعد فترة تنكث بوعدها دون سبب اقترفته الابنة... وهكذا. إن هذه الأخطاء تخلق إنساناً غير واثق من نفسه لا يتعامل بصدق ولا يحفظ الوعد.

- **البعد عن الأوامر والنقد:** يكره المراهق والمراهقة أوامر الوالدين، وكذلك عمليات النقد التي تطال أكلهما، وشربهما، ولبسهما، وسلوكياتهما. وهذه الأوامر، وكذلك عمليات النقد المباشر، تجعل منهما عنيدان يرفضان التقبل، ويصران على ارتكاب الشيء نفسه.
- **تشجيع الاستقلالية في اتخاذ القرارات:** أعط المراهق والمراهقة الفرصة في أن يكونا مستقلين في كثير من الأشياء، وعودهما على الحوار والمناقشة، والإقناع بما يريان. إن التعويد على الحوار وتقبل الأفكار بعد مناقشتها وتمحيصها واتخاذ القرارات، خاصة القرارات العائلية يساعد على أن تكون للمراهق والمراهقة القدرة على الاستقلالية. وهذا أمر مهم، إذ أن الكثير من المراهقين والمراهقات يتورطون في انحرافات كثيرة، نتيجة لتعويدهم من قبل والديهم على سماع وتنفيذ ما يقال لهم، دون تفكير وتمحيص ونقد ومناقشة، وهذا ما يجعل كثيراً من النشء لدينا لا يعرف كيف يفكر ويمحص ليقول بعدها نعم أو لا. لذا، نجده يصدق كل ما يقال له فيتورط مثلاً في عمليات التطرف، لأن الأسرة للأسف لم تعوده على مقارعة الحجة بالحجة، والتأمل فيما يطرح ومناقشته ومن ثم اتخاذ القرار المناسب (منصور، وعبدالسلام، ١٤١٠؛ القحطاني، ٢٠١٠).
- **البدء بموضوعات يحبها النشء:** ينبغي عند الحديث مع المراهق أو المراهقة، عدم الولوج في الحديث مباشرة عن الموضوع المراد الحديث عنه، خاصة إذا كان

الموضوع حساساً ويتعلق ببعض السلوكيات التي يجد فيها الطرفان صعوبة. لذا، يمكن البدء مثلاً بالحديث عن الكرة أو عن النادي الذي يميل إليه المراهق، أو عن مطربه المفضل... إلخ، ليكون مدعاة للحديث عن الموضوع المراد الحديث عنه، وهذا يعني أن يحاول الأب أن يتحدث عن موضوع أو شخصية يحبها المراهق ولها علاقة بشكل أو آخر بالموضوع المراد الحديث عنه. والشيء نفسه للفتاة أيضاً (العوفي، ١٩٩٤).

• **استخدام قنوات الاتصال بصفتها مادة مساعدة للحديث:** يفضل في أحيان معينة استخدام فيلم أو مسلسلة، أو لقطات يوتيوب للحديث عن موضوع حساس، لا يستطيع الأب أن يبدأ فيه بشكل مباشر، فيجعل لقطات في فيلم عن المخدرات مثلاً مدخلاً للحديث عنها مع ابنه (العوفي، ١٩٩٤).

مهارة الاتصال الفعّال مع الطاعنين في السن

إن الاتصال مع الطاعنين في السن يعد من الأمور المعقدة، خاصة عندما يكونون من المقربين إليك مثل: أحد والديك، أو أجدادك وجداتك، أو أعمامك وعماتك، وأخوالك وخالاتك. يحتاج الاتصال هنا إلى قدرات خاصة لديك، قدرات اتصالية مع من ربما يعانون من مشكلات جسدية وعقلية ونفسية، فعندما يكبر الإنسان يبدأ يفقد بعض حواسه مثل البصر، والسمع، وربما يصاب بأمراض تؤجج عصبيته مثل السكر، أو يأخذ علاجات وأدوية تؤثر على تصرفاته وسلوكياته، أو يصاب بمرض من أمراض الشيخوخة مثل: الخرف وغيره.

يعاني هؤلاء الطاعنون في السن من أمور اجتماعية، مثل فقدانهم لكثير من أصدقائهم، وزملائهم، وأقاربهم، ممن عاشوا معهم طويلاً نتيجة للموت أو العجز أو الابتعاد لظروف الحياة.. إنهم يشعرون أن جيلهم قد ولى وألاّ أحداً يفهمهم أو يستطيع

أن يتعامل معهم بالشكل الذي يودونه، ولعل هذه المشكلات وغيرها من المشكلات الاجتماعية والنفسية والمرضية، إضافة إلى ضعف القدرات الاتصالية الفعالة لديهم منذ الصغر تجعل الاتصال بهم بشكل سلس ومريح من الأمور المستحيلة.. والسؤال لماذا أنا بصفتي شاباً في مقتبل العمر ينبغي عليّ التواصل معهم وبذل الجهد في سبيل إنشاء علاقة اتصال؟، هناك عدة أسباب جوهرية منها:

أ) الأجر والثواب من الله سبحانه وتعالى، خاصة عندما يكون هذا الطاعن في السن ومن بلغ الشيخوخة أحد الوالدين. ونهانا عز وجل في كتابه الكريم حتى عن قول أفٍ لهما قال تعالى: ﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوٓا۟ إِلَّآ إِيَّاهُ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَـٰنًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ ٱلْكِبَرَ أَحَدُهُمَآ أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَآ أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا﴾ (الإسراء، ٢٣).

ب) الاتصال مع الكبار في السن من عائلتك يساعد على تحسين الظروف المعيشية والصحية في الأسرة، خاصة بين هؤلاء الكبار في السن والذين سيتقبلون العلاج وستتحسن نفسياتهم وبالتالي صحتهم عندما يجدون من يوليهم الرعاية التي يحتاجونها والتي عادة ما تكون اتصالية من أقرباء لهم.

ج) إن الاتصال مع هؤلاء، يتيح لك الفرصة في أن تعبر عن حبك وعرفانك وشكرك لهم، خاصة من لهم دور في حياتك وذلك قبل أن يتوفاهم الله عز وجل.

د) تساعد من هم في الشيخوخة بعدم الشعور بالعزلة وأنهم في حياة لا تهتم بهم.

هـ) يمكن لك أن تتعلم من هؤلاء الطاعنين في السن الكثير من أسرار الحياة ومن حكمهم وتجاربهم العديدة (Davis, Paleg, and fanning, 2004, P.200).

كيف تتحدث مع الطاعنين في السن

قد تجد نفسك في موقف صعب؛ ماذا تقول لشخص كبير في السن؟، وكيف تبدأ معه الحديث؟، وكيف تجد بيئة مناسبة للحديث معه؟، وكيف تفيد وتستفيد من

المحادثة؟، وكيف تجعل في الحديث معه متعة له؟، وهل سيتقبلك وأنت شاب صغير؟، وكيف تتجاوز لغة السلام والسؤال عن الصحة؟.

في الواقع هناك بعض المؤثرات التي تساعد الكبير في السن في أن يتحدث إليك، وأن تتمتعا مع بعضكما بحديث ذي فائدة وتسلية منها:

- يجب أن تعرف أن لهذا الكبير الطاعن في السن تاريخ حياة كبيرة ممتدة، عاش فيها حياة بتجاربها المفرحة والسعيدة، وكذلك المحزنة.. عاش تاريخاً وأحداثاً ولديه الكثير مما لا تعرف عنه شيئاً.. أشياء حدثت ربما قبل مولدك.
- ينبغي أن تعرف - أيضاً- أن الكبار- عادة- يجدون متعة في الحديث عن الماضي البعيد، وهم يتذكرون أيامهم الماضية بتفاصيلها، ربما لا يدركون الأحداث الحالية التي تمر عليهم.
- يهتم كبار السن بأمور العائلة، ويجدون متعة في الحديث عنها في ماضيها، ويرحبون بحديثك عن مشاكل، وآمال، وأحلام العائلة حالياً.
- يتمتع كبار السن بالحكمة في الغالب، فالسنين والتجارب الطوال علمتهم كثيراً من دروسها، ويمكنهم مساعدتك في حل مشكلاتك.

من أجل استمرار المحادثة بينك وبين كبار السن يمكن لك أن تطرح بعضاً من الأسئلة التالية:

- حدثني جدي عن أيامكم الماضية؟، كيف كنتم تعملون؟.
- كيف كانت الحياة في الماضي؟، كيف كان الناس يعيشون؟.
- ما الوظائف التي عملت بها؟، وأيها كانت أفضل؟.
- كيف كان الإخلاص في العمل في جيلكم؟.
- ما الأشياء التي عملتها وتفتخر بها؟.
- ما الأشياء التي تتمنى الآن أنك لم تعملها؟.

- لو عدت شاباً ماذا تتمنى أن تعمل الآن؟.
- كيف كانت أسرتنا؟، ما أهم مشكلاتها؟، وكيف كنتم تعالجونها؟.
- مَن أحببت أكثر من أفراد عائلتك في ذلك الوقت؟.
- ما نصائحك لهذا الجيل؟.
- عندي مشكلة تتمحور في كذا وكذا وأريد نصحك لي، ماذا أفعل فأنت خير من يرشدني؟.

وفي الواقع أن هناك الكثير من الأسئلة والموضوعات التي يمكن طرحها والنقاش حولها، ويجب عدم التردد في سماع النصيحة حتى وإن كنت تراها مبنية على أسس ومبادئ قديمة لم تعد موجودة. في أحيان كثيرة يردد كبار السن قصصاً يحبونها، وربما تسمعها أكثر من مرة، فإن حدث ذلك فيمكنك الاستماع لها أو حاول أن تقطع الطريق على تكرارها بشكل مؤدب كالقول: "نعم يا لها من قصة، لقد رويت لي هذه القصة يا جدي.. لكن حدثني عن... إلخ" (Davis, Paleg, and fanning, 2004, PP.200-202).

التواصل مع كبار السن ممن تتدهور صحتهم كثيراً

قد تجد نفسك مع شخص طاعن في السن بدأت تتدهور حياته، لم يعد يرى، أو أنه يسمع بصعوبة، وبدأت أموره تتدهور شيئاً فشيئاً خاصة أولئك الذين يصعب عليهم الجلوس والتحدث مع الآخرين، هنا ينبغي عليك عمل الآتي:

- دائماً اجلس أمام هذا الشخص واجعل نظراته تقع عليك.
- ابتسم له دائما.
- حاول أن تربت على كتفه وتقبل رأسه.
- تحدث أمامه بشكل بطيء.
- استخدم العبارات البسيطة والجمل القصيرة.
- اسأل أسئلة ذات الإجابات القصيرة: نعم، لا.

أولئك الذين لا يتحركون ولكنهم يدركون الأشياء من حولهم، يمكن الجلوس معهم والحديث إليهم عن الأشياء التي يحبونها ذكّرهم بالأيام الخوالي الجميلة التي عاشوها. حدثهم عن أهلهم وذويهم وأنجالهم. (Davis, Paley, and Fanning, 2004, PP.199-208).

مهارات حلول المشكلات الأسرية

ينبغي لرب الأسرة وللأم أيضاً الاهتمام بأحوال الأبناء والبنات والتعرف على أي مشكلة قد تطرأ عليهم، لأن عدم الانتباه لها قد يجعلها تتفاقم وتكبر حتى ربما نجد الطفل وقد تعقد نفسياً وأصبح في موقف حرج، أو أن الشاب أو الفتاة انحرف ودخل طريق إدمان أو ارتكاب جريمة يضيع معها العمر كله.

إدراك المشكلة للطفل الصغير أو للابن أو الابنة في سن المراهقة، يتطلب بعد ذلك اتخاذ الخطوات اللازمة لحل مثل هذه المشكلة والقضاء عليها في مهدها.

ومشكلات الأسرة في أحيان كثيرة تكون بين أفراد أعضائها سواء أكان ذلك بين الأم والأب، أو بين الأب وابنه، أو بين الأم وأحد بناتها أو أبنائها، أو بين الأخوة والأخوات، وقد تكون المشكلة معقدة التركيب نتيجة لارتباطها بعوامل بيئية واجتماعية وأسرية، بل وقدرات شخصية نفسية، وقد تكون مجرد مشكلة اجتماعية عادية نتيجة لسوء فهم أو عدم وضوح.

فيما يلي سنقدم بعض الطرق التي من خلالها يمكن لنا مساعدة أفراد الأسرة في حل مشكلاتهم، والوقوف مع بعضهم في محنتهم حتى الخروج منها بإذن الله. ويعتمد استخدام طريقة دون أخرى على طبيعة الموضوع ومدى تعقده.

أولاً: مهارة العصف الذهني، أو ما تسمى باستمطار الأفكار Brainstorming

وتعد هذه المهارة من المهارات الضروري تعلمها لأفراد الأسرة لأنها ليس فقط تساعدهم في حل مشكلاتهم وقضاياهم داخل الأسرة، ولكنها مفيدة لهم في حياتهم العملية أيضاً، فكثيراً ما تتولد الأفكار الإبداعية عن طريقها.

ويقصد بهذه المهارة عصف الذهن من أجل توليد أفكار إبداعية من المشاركين في جلسة العصف لمعالجة موضوع معين وذلك في وقت محدد.. وهي كما تستخدم في حل المشكلات، تستخدم أيضاً في عالم المال والأعمال.. بل نجد أن كثيراً من الأفكار الإبداعية تكون قد تولدت بهذه الطريقة. على سبيل المثال: نجد أن شركات الإعلان وقبل تصميم أي فكرة إعلانية، وقبل تحديد أي شعار أو هتاف Slogan يستخدمون هذه الطريقة، والتي تتيح لمجموعة من العقول أن تفكر بطريقة إبداعية في الموضوع المطروح.

أهدافها لأفراد الأسرة

- مساعدة أفراد الأسرة على حل مشكلاتهم، وربما تحديد بدائل مميزة لمستقبلهم سواء أكان ذلك في المسكن، أم العمل... إلخ.
- تعويد أفراد الأسرة وخاصة الأطفال منهم على التفكير الإبداعي وتوليد الأفكار.
- التعود على احترام الآراء الأخرى والتمعن والتبصر فيها، والإفادة منها بعد ذلك.
- تعويد أفراد الأسرة وخاصة الأطفال على أهمية إعمال الذهن، وعدم تقبل أي شيء دون التفكر فيه ملياً.

وتفيد الكثير من الدراسات أن أحد أسباب العنف بين أفراد الأسرة يعود لعدم وجود مهارات اتصال فاعلة بين الأطراف وبالذات عدم تعلم مهارات حل المشكلات وإجراء المناقشات(Bird, Stith, and Schladalr, 1991) .

أخلاقيات وضوابط العصف الذهني: هناك ضوابط وأخلاقيات تحدد مسار ومنهج العصف الذهني لابد من أن يتعلمها أفراد الأسرة، وعلى رب الأسرة أن يقوم بالتأكيد عليها في كل مرة يتم فيها جلسة للعصف الذهني. من أهم هذه الأخلاقيات والضوابط:

- **حرية التفكير والقول:** يجب حث أفراد الأسرة على قول ما لديهم من أفكار تخطر على البال ونثرها أمام الجميع دون خوف أو خجل أو تردد.
- **إرجاء التقويم:** من أحد أسباب فشل الإبداع في جلسات العصف الذهني تقييم الفكرة من قبل الشخص نفسه قبل قولها، ومن نقدها من أعضاء الجلسة حين قولها بل يحدث أحياناً شيء من السخرية والتهكم عليها، مما يجعل أعضاء الجلسة يحجمون عن قول ما لديهم بشكل عفوي. وينبغي التذكير دائماً على أن أفضل الأفكار تولد غريبة وربما مجنونة وصادمة للواقع عند أول وهلة، ولكن بعد التريث وتقويم الأفكار المنثورة فيما بعد يتضح أنها فكرة عبقرية.
- **الإنصات الجيد لأفكار الآخرين:** لابد من الإنصات لما يقول الآخرون إنصاتاً جيداً دون نقد، أو تهكم، أو امتعاض، لأن أفكار الآخرين قد تولد لك فكرة عبقرية ما كانت لتخطر على بالك لولا قولٍ قاله أحد المشاركين.
- **الاختصار في القول والتركيز:** ليس المطلوب خُطباً ومقدمات ولكن أفكاراً وكلمات قصيرة. (How to do Traditional Brainstorming well,1997)

خطوات العصف الذهني: هناك من الباحثين والمهتمين بهذا الشأن ممن يحدد خطوات دقيقة للعصف الذهني تبدأ من التعريف بالمشكلة وتوضيح أبعاد الموضوع، إلى تحديد المشكلة وبلورتها على شكل تساؤلات، ثم بدء العصف الذهني، ثم تحليله، وأخيراً تنفيذ الفكرة أو الأفكار المنبثقة من الجلسة.

في تصوري الشخصي أن هذا التحديد الدقيق لهذه الخطوات قد يحد كثيراً من العمليات الإبداعية، فطرح الأسئلة لتحديد الموضوع مثلاً قد يقود أفراد جلسة العصف الذهني لأشياء محددة تعوق من عملية الإبداع المنتظرة. لذا، أرى أن تحدد الخطوات بشكل عام بحيث لا تحد من الحرية الإبداعية وذلك وفقاً لما يلي:

• **التعريف بالمشكلة أو بموضوع الجلسة**: يقوم رئيس الجلسة بالتعريف بالمشكلة أو بموضوع الحالة المراد عصف الذهن حولها، وتقديمها لأعضاء الجلسة وتحديد ما هو المطلوب، دون التطرق للحلول، أو رؤيته الشخصية في كيفية حلها، وذلك لإتاحة الحرية للمشاركين في استيعاب الموضوع ومن ثم تقديم الأفكار الإبداعية حوله.

كما يقع على عاتق رئيس الجلسة (عادة في المشكلات والموضوعات الأسرية يكون الأب أو الأم) التأكيد على الأطر الخاصة بالجلسة من حيث الوقت، ومن حيث حرية التفكير والقول، وعدم تقويم الأفكار قبل قولها أو بعده مباشرة، والإنصات الجيد لأفكار الآخرين للإفادة منها، والاختصار في القول وعدم الشرح أو التعليل لأن هذا يترك في مرحلة أخرى، والاهتمام بالكم وليس الكيف.

• **بدء جلسة العصف الذهني**: وينبغي كتابة كل الأفكار على ورق كبير مقوى، أو سبورة، أو جهاز الحاسب عن طريق أحد أفراد الأسرة. وعلى رئيس الجلسة تطبيق القواعد والأطر التي تحدث عنها في بداية الجلسة لضمان انسيابية نثر الأفكار.

• **إنهاء الجلسة**: يشكر المشتركين في الجلسة والتأكيد على أن الأفكار الواردة فيها مميزة وأنه سوف يتم تحليلها بعد رصدها جميعها وحذف الأفكار المكررة.

• **تحليل الأفكار**: تعد هذه الخطوة من أهم خطوات جلسة العصف الذهني، فبناءً عليها يتم اختيار الفكرة أو الأفكار الإبداعية المناسبة، وإذا لم تتم بطريقة صحيحة فإن بعض الأفكار المميزة الواردة فيها قد يتم وأدها، خاصة في مجال الأعمال.

يتم التحليل وفقاً لما يلي:

- إدخال جميع الأفكار في الحاسب.
- إلغاء التكرارات.
- وضعها في قائمة.

إذا كانت جلسة العصف الذهني حول مشكلة عائلية فيمكن تحليلها عن طريق الأب والأم، أو عن طريق عرضها مرة أخرى على أفراد الأسرة لاختيار الحل أو الحلول المناسبة والتي يمكن تقسيم الأفكار الواردة في الجلسة على النحو التالي:

- **أفكار مميزة**: وهي أفكار يمكن تطبيقها دون مشكلات في الوقت، أو الإمكانات، أو العادات والتقاليد المجتمعية.
- **أفكار مثيرة للإعجاب**: يمكن تطبيقها، أو أنه يمكن أن تحتاج لتحليل أكثر لمعرفة مدى إمكانية تطبيقها.
- **أفكار عديمة الجدوى**: وتكون أفكاراً شاطحة جداً وفقاً للوقت، أو التكاليف المادية، أو مخالفة للعادات والتقاليد مما تكون معه مستحيلة التنفيذ.

في جانب الشركات، يفضل أن يقوم بتحليل الأفكار مجموعة أخرى ممن تكون معنية بالتطبيق، وسبب تفضيل ذلك يعود لوجود أفراد دون مواقف مسبقة، ودون تعصب لفكرة دون أخرى.

- **التنفيذ**: بعد اختيار الفكرة أو الأفكار اللازمة يتم التنفيذ الفعلي لها.

ثانياً: مهارة لعب الأدوار Role play

يستخدم مفهوم لعب الأدوار في التعليم وحل المشكلات خاصة للأطفال والمراهقين. وبالرغم من أن مفهوم لعب الأدوار لا يعد أمراً جديداً، إلا أن تعريفه مازال غير متفق عليه بين الباحثين، إذ يرى بعض العلماء أن لعب الأدوار، والمحاكاة، واللعب Games، واستخدام الدراما تعني الشيء نفسه، والبعض الآخر يرى فروقاً بينها. (Kodotchigova,2002,P.1).

ما يهمنا هنا العلاقة بين لعب الأدوار والمحاكاة Simulations. يرى بعض العلماء أن المحاكاة تُعنى بأدوار طبيعية يمكن أن تواجه المتعلم أو أدوار يمكن أن تواجهه في الحياة اليومية مثل: (التخاطب مع مدير المدرسة، مقابلة الطبيب... إلخ)، بينما مفهوم لعب

الأدوار Role play فيُعنى بأدوار لا يمكن له أن يلعبها في الحياة العادية مثل: (قيامه بتمثيل شخصية تاريخية أو كرتونية... إلخ). ويرى البعض الآخر أن لعب الأدوار ما هو إلا مجرد عنصر من المحاكاة. لذا، فإن دور الشخص في لعب الأدوار يتركز على تمثيل دور مكتوب له، بينما يركز مفهوم المحاكاة على التفاعل ما بين دور وآخر. (Greenblat,1988; Kodotchigova,2002).

يتكون لعب الأدوار من عدة خطوات، لعلنا نختصرها في التالي:

- **الخطوة الأولى**: تحديد المشكلة: في هذه الخطوة يقوم الأب في المنزل (أو المعلم في المدرسة مثلاً) بتحديد ماهية المشكلة وتوضيحها، وخلق بيئة واضحة المعالم لها. مثلاً: تلاحظ ضعف ابنك في اللغة الإنجليزية خاصة في الحديث وهو مازال في المرحلة المتوسطة هنا تبين للطفل المشكلة وأهمية تعلم اللغة بشكل صحيح.
- **الخطوة الثانية**: تصميم لعبة الأدوار: في هذه الخطوة تحدد دور الابن والابن الآخر أو دورك أنت ويفضل أن تخلق سيناريو تحدث فيه الأشياء بشكل خاطئ. مثلاً: تقوم أنت بدور سائق تاكسي أمريكي، وابنك بدور مبتعث لدراسة اللغة الإنجليزية في الولايات المتحدة الأمريكية، وأخته المرأة العجوز التي سوف تستضيفه في بيتها حتى يتعلم اللغة. فمن المواقف التي تجعل السيناريو يكون في حالات خاطئة عندما يطلب الابن أكلاً معيناً تعوّد عليه في بيئته ولا يجده.
- **الخطوة الثالثة**: إعداد المسرح: ويقصد به تهيئة المشاركين للعب الأدوار المناطة بهم، وتحديد الأدوار بشكل واضح، وتطوير السيناريو عن طريق المشاركين أنفسهم وذلك بطرح مجموعة من الأسئلة تخص كل مشهد، مثلاً: الوصول للمطار والبحث عن التاكسي.. التحدث مع سائق التاكسي.. الوصول إلى المنزل المقصود، مخاطبة صاحبة المنزل وعلى الأب أو المعلم كتابة الحوار ومن ثم تطويره

عن طريق إضافة بعض التعديلات والقول: ألا يمكن أن نقول هنا كذا مثلاً بدلاً من كذا الخ.

- **الخطوة الرابعة**: الاستعداد الفعلي: وهنا يحدد المعلم أو الأب الأدوار والحوار بشكل دقيق وذلك بوصف كل دور بشكل دقيق حتى يستطيع كل شخص أو يتوحد ويتفاعل مع دوره.. ويمكن أن يستخدم كل شخص كروت فيها تعاليم مفصلة تشمل حوارات وكلمات أساسية على كل شخص قولها.
- **الخطوة الخامسة**: التنفيذ: حاول أن تبتعد عن التدخل في الأدوار الأخرى التي لا تخصك أو تصحيح الأخطاء، لكن عليك متابعة التنفيذ وأخذ ملحوظات للأخطاء التي تقع للحديث عنها فيما بعد.
- **الخطوة السادسة**: المتابعة والتقييم: وهنا لا يقصد التحدث بشكل مباشر عن الأخطاء وتصحيحها لأن ذلك ربما يعطي نتائج عكسية، ولكن ينبغي الإشادة بالدور الذي لعبه الابن في المشهد.. ومن ثم سؤاله عن رأيه وتعليقاته وما الأشياء التي استفادها من القيام بهذا الدور؟، وكيف يمكن تطوير ذلك مستقبلاً؟، ولا بأس من الإشارة هنا وهناك لبعض الكلمات أو كيفية نطقها وذلك لمزيد من التعلم.

ثالثاً: مهارة حل المشكلات واتخاذ القرارات Problems Solving

تعد هذه المهارة من أهم المهارات التي ينبغي لرب الأسرة تعويد أبنائه وبناته عليها وهي كما يعرفها زياد (www.dramosad.com, P.4): "مجموعة العمليات التي يقوم بها الفرد مستخدماً المعلومات والمعارف التي سبق له تعلمها، والمهارات التي اكتسبها في التغلب على موقف بشكل جديد، وغير مألوف له في السيطرة عليه، والوصول إلى حل له" وهي جهود ذهنية يهدف منها الوصول لحالة اتزان في المعرفة.

هناك عدة خطوات تستخدم في هذه المهارة نجملها في التالي:

١- **إدراك المشكلة والشعور بها**: كما يشعر الوالدان بأعراض مرض ما قد أصاب طفلهما، مثل ارتفاع درجة الحرارة، والشعور بألم، أو صداع، فإن على الوالدين الشعور بالمشكلات الأخرى التي تصيب الأطفال والأبناء وهي في كثير من الأحيان أخطر من أمراض الصحة كالمشكلات الاجتماعية، والنفسية، والمدرسية... إلخ. ودون معرفة هذه المشكلات وإدراكها ومحاولة التعرف على أسبابها، قد تؤدي إلى نتائج وخيمة وانحرافات خطيرة قد تؤدي بحياة الأبناء.

ولعل أول خطوة على الوالدين عملها هو التعرف على المشكلة وأسبابها من خلال أعراضها المختلفة ثم الجلوس مع الطفل والاستماع بإنصات نشط له، والتعرف على شعوره وعواطفه ورغباته التي يريد التحدث عنها، وإتاحة الفرصة له بالحديث بكل أريحية.

٢- **تحدث عن رؤيتك للمشكلة**: وضح للطفل أنه كما أن له شعوراً ورغبة، أيضاً لك شعورك ورغبتك. لكن تأكد أن طفلك من جيل آخر ولا يمكن أن يكون مثلك، فلا تحاول أن تجعله يفكر أو يشعر كما كنت تفكر أو تشعر عندما كنت صغيراً، فالزمن والبيئة والحياة بأكملها قد تغيرت. ولا تشعر طفلك أن شعورك ورغبتك أهم من شعوره ورغبته ولكن أشعره أن لكليكما الرغبة والشعور الصحيح في حد ذاته. على سبيل المثال: لو لاحظ الوالدان أن طفلهما قد أصابه شيء من الإدمان على الإنترنت وإن إفراطه في قضاء الوقت الكبير في استخدام الإنترنت قد ساهم مساهمة كبيرة في انخفاض تحصيله الدراسي.. وتأكد لهما ذلك من خلال الخطوة الأولى ومن خلال متابعة ابنهما وكيفية قضائه للوقت، وكيفية تحصيله، ودرسا أسباب انخفاض التحصيل.. ووجدا ذلك مرده بشكل أساسي للإنترنت.. وبيَّن الطفل أنه بحاجة لقضاء وقت في الإنترنت لمتابعة الأحداث والتحدث مع زملائه وأصدقائه عبر الماسنجر، ومتابعة بعض البرامج المحببة إليه.

يمكن للوالدين قول التالي:

لاشك أن الإنترنت مهمة ولها فوائد جمة، وأيضاً لاشك أنك تحتاج وقتاً للترفيه والتحدث مع زملائك وأصدقائك، وهذا حق لك، لكن أيضاً لاحظنا أنك تصرف وقتاً طويلاً في استخدام الإنترنت، مما جعلها تؤثر على تحصيلك الدراسي.. وهذا ما يجعلنا نقلق على مستقبلك، فلكل شيء حقه الذي ينبغي أن يخصص له.

٣- حل المشكلة: وبعد التعرف على أبعاد المشكلة وطبيعتها وحجمها، يمكن أن نحاول حلها ويمكن إيجاد الحل عن طريق عصف الأفكار واستمطارها بمشاركة الأبناء والوالدين للوصول لقائمة من الأفكار الإبداعية في علاج المشكلة تحتوى على مجموعة كبيرة من الحلول والبدائل.

٤- حذف الحلول غير المتفق عليها: ينبغي هنا القيام بدراسة كل الحلول المطروحة وحذف الحلول غير المتفق عليها من الطرفين، أو التي يصعب تحقيقها. وهنا ينبغي أن يقوم الشخص الذي يتولى الجلسة بقراءة القائمة حتى يتسنى حذف كل ما لا يتفق عليه. إذا لم يتم الاتفاق على أي بديل فينبغي اتخاذ أحد العملين التاليين:

- إعادة العصف الفكري للبحث عن أفكار جديدة.
- الرجوع للقائمة مرة أخرى ومناقشة بعض الأفكار التي تم حذفها.

٥- اختيار أفضل الحلول: بعد الانتهاء من المرحلة السابقة يتم مناقشة ما تبقى من أفكار متفق عليها، وعادة ما تكون حلول قليلة ويمكن مزجها مع بعضها أو اختيار واحد منها فقط.

٦- تطبيق الفكرة أو الحل: ينبغي وضع خطة لتنفيذ الحل المقترح والمتفق عليه بين الطرفين ومتابعة تنفيذه، وإعطاء وقت كافٍ قبل القيام بتقييم الموقف. (Davis, Paleg, and Fanning, 2004, PP.180-183).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: كيف يمكن لك الإفادة من مهارة لعب الأدوار؟

الإجابة

السؤال الثاني: كيف تستطيع الإفادة من هذه المهارات في حل مشكلاتك الأسرية؟

الإجابة

السؤال الثالث: هل تذكر كيف كان يتعامل معك والدك أو والدتك عندما كنت صغيراً؟

الإجابة

السؤال الرابع: كيف تعلمت الاتصال مع الآخرين؟، هل ترى أن لديك مشكلة اتصالية اليوم؟

الإجابة

السؤال الخامس: هل تذكر أهم من أثَّر في قدراتك الاتصالية التي تملكها اليوم؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

هل يمكن أن تقص لزميلك قصة مشكلة نشأة بينك وبين أحد أفراد أسرتك؟، وكيف تم حلها؟، وما آثارها عليك؟.

تدريب (٢)

هل تعتقد أنه يوجد فروق في كيفية الاتصال الأسري مع الأطفال والمراهقين عندما كنت طفلاً ومراهقاً وما تراه اليوم من معاملة للأطفال والمراهقين؟، كيف؟، وضح وبين الاختلافات والفروق ولأي منهما تميل؟.

تدريب (٣)

هل تذكر لنا تجربة تواصل استفدت منها في تواصلك مع طاعن في السن؟.

تدريب (٤)

جرب مع زميل لك استخدام مهارة العصف الذهني حول مشكلة اجتماعية أو دراسية؟.

تدريب (٥)

هل يوجد في أسرتكم طاعنين في السن؟، هل تتعامل معهم؟، كيف تتواصل معهم؟، وما الفائدة التي جنيتها من هذا الفصل في هذا المجال؟.

تدريب (٦)

ماذا كان يقلقك في اتصالك مع أسرتك عندما كنت مراهقاً؟

تدريب (٧)

هل يمكن أن تتذكر بعضاً من حالات الاتصال الرديئة في مجتمعك وأسرتك عندما كنت صغيراً؟

الفصل الثاني عشر

الاتصال عبر الثقافات

Cross-Cultural Communications

• التربية: هذا صح وذاك خطأ، يا أبيض يا أسود • خارطة التكيف الثقافي • كيفية الانفتاح على الآخرين • الفردية والجماعة • الذنب والعيب والعار • الصدمة الحضارية (الثقافية) • استخدام الاتصال غير اللفظي عبر الثقافات المختلفة

تمهيد

أصبح العالم اليوم أقرب إلى بعضه مكانياً من أي يوم آخر فلم تعد المسافات البعيدة، بعيدة حقاً، ولم تعد القيود السياسية ولا الحواجز الجغرافية قادرة على الحد من هذا التواصل الثقافي الإنساني.

وأضحى اليوم من المستحيل إلا أن يتواصل الإنسان مع الآخرين من ثقافات شتى مختلفة في العرق والدين والعادات والتقاليد واللغة والسلوكيات. والتواصل هذا يأخذ أشكالاً متعددة فقد يكون عبر وسائط اتصالية يبرع فيها الشباب والفتيات فيتواصلون مع شباب وفتيات في أنحاء أصقاع الدنيا عن طريق الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة وهو في

الغالب تواصل تفاعلي، قد تستخدم فيه الصورة الحية وقد يظل دون صورة من خلال النصوص المكتوبة، أو من خلال الصوت أو باشتراكها جميعاً.

وقد يكون التواصل بطرق غير تفاعلية مباشرة مثل: المشاهدة عبر القنوات الفضائية، والسينما، واليوتيوب، وغيره من تطبيقات الإنترنت. وفي الغالب تكون هنا آخذة اتجاه واحد ينظر إليها المتلقي لكنه لا يستطيع أن يتفاعل معها بشكل مباشر.

كما أن التواصل الجسدي أضحى أكثر بكثير مما كان سابقاً، بل أكثر مما كان حتى خلال العشرية الأخيرة من القرن الماضي. يأخذ هذا التواصل أشكالاً متعددة سواء أكان ذلك من خلال الوفود الرسمية، أم من خلال الأفواج السياحية، أم من خلال البعثات الدراسية، أم من خلال رجال وسيدات الأعمال، أم عبر عقود العمل المختلفة.

وتعد منطقتنا العربية والخليجية بالذات من أكثر مناطق العالم عرضة لهذا التواصل الثقافي العالمي. إن بلداننا تعج بكل أجناس العالم من شرقه وغربه ومن شماله لجنوبه، إنها فئات تعيش في بيوتنا، وتربي أطفالنا، وتعلمهم في مدارسنا وجامعاتنا، وتتزامل معهم في مصانعنا، ووزاراتنا. إضافة إلى ذلك فإننا من أكثر دول العالم اتصالاً بالآخرين من خلال البعثات الدراسية، والسياحية، والرسمية.

لذا، وبناءً على ذلك فإننا في مسيس الحاجة لأن نتعلم ثقافات العالم الآخر، كيف يفكرون؟، وكيف يتواصلون؟، وما عاداتهم وتقاليدهم وسلوكياتهم؟، وكيف يمكن التعامل معهم في سلاسة دون أن ننجرح أو نجرح؟.

توجد العديد من الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاتصال والثقافة والتي بدأت بعد أعقاب الحرب العالمية الثانية، وخلال فترة الخمسينيات من القرن الماضي (Kim,2010,P.453). وكان الهدف منها خلق عالم جديد يقوم على تفهم الآخرين من الذين تربوا في ثقافات مختلفة. لقد بدأ الاهتمام على المستوى الفردي في التعاملات

الشخصية لأفراد من ثقافات مختلفة micro-level ، لكن بعد ذلك تطور ليصبح على مستوى أكبر macro-level ، حيث العلاقة بين الثقافات المختلفة ، وقضايا العولمة والعلاقات الدولية ، والتواصل ليس من خلال الاتصال المواجهي فقط Face-to-Face ، ولكن من خلال تقنيات الاتصال ، أيضاً ، من إذاعة وتلفزيون وصحافة ، وأخيراً إنترنت (Thussu,2006).

لقد استخدم باحثو الاتصال في حديثهم عن العلاقة بين الاتصال Communication والثقافة Culture عدة مصطلحات مثل : الاتصال الثقافي Cultural-Communication ، وتقاطع الثقافات (أو الاتصال عبر الثقافات) Cross-Cultural-Communication ، وبينما يركز الاتصال الثقافي على إبراز نماذج وخصائص الاتصال في ثقافة ما ، يركز الاتصال عبر الثقافات أو متقاطع الطبقات والثقافات على مقارنة الظواهر الاتصالية في ثقافتين أو أكثر (Kim,2010; Greenfild,1997). أما مصطلح المابين ثقافي inter Cultural Communication فيقصد به العمليات الاتصالية المباشرة والمتبادلة بين طرفين من ثقافات مختلفة أو من خلفيات ثقافية فرعية متعددة. ويرى كم Kim أن هناك اليوم أكثر من ثلاثين نظرية تشرح هذا الاتصال (Kim,2010,P.454).

في هذا الفصل - وكما وعدنا في مقدمة الكتاب - لن نخوض في الأطر النظرية وإنما نستقي منها بعض الأفكار ونصهرها في تركيزنا على بعض أهم العوامل والخصائص الثقافية التي تجعلنا نختلف عن الآخرين ويختلفون عنا ، وكيف يمكن لنا أن نتعامل معهم؟.

التربية: هذا صح وذاك خطأ، يا أبيض يا أسود

يتربى الطفل في أي مجتمع في العالم على أن هناك أشياء خاطئة ، يجب الابتعاد عنها ، وهناك أشياء يجب فعلها في كل تعاملاتنا من صباح اليوم إلى نهايته ، تتضمن كيف نفكر؟ ، وكيف نشعر؟ ، وماذا نقول؟ ، وماذا لا نقول؟ ، وماذا نفضل؟ ، وماذا لا نفضل؟ ، ومتى نتكلم؟ ، ومتى نسكت؟.

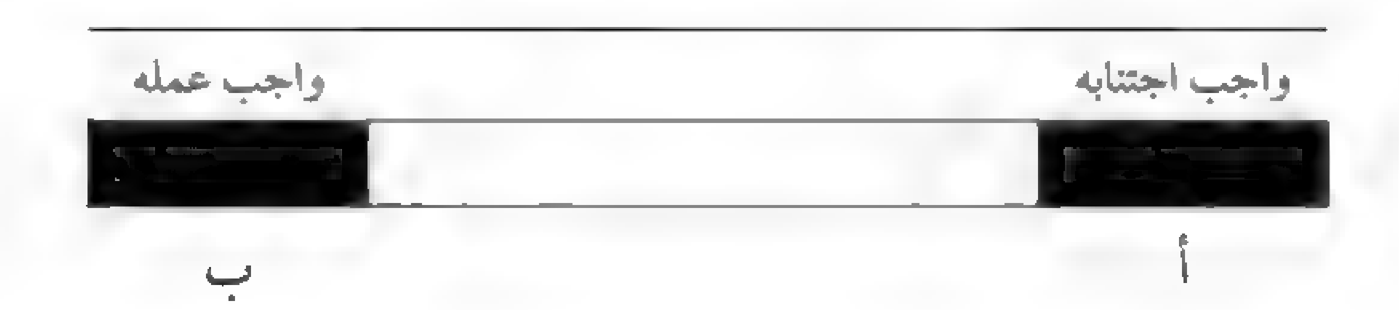
بالتالي لكل مجتمع ثقافة قواعدها وأسسها في الصواب والخطأ، في الحق والباطل، في المقبول والمرفوض. ولو أن العالم يعيش بقواعد واحدة لما كانت هناك مشكلة، ولو أن العالم لا يلتقي بعضه بعضاً لما كان أيضاً هناك مشكلة.

نعم، ظل العالم قروناً عديدة لا يلتقي فيه شرقه بغربه ولا شماله بجنوبه، إلا نادراً وفي أضيق الحدود، لكن هذا تغير كثيراً في عالم اليوم حيث أصبح العالم مجرد أحياء متفرقة في مدينة كبيرة تعج بالسكان من كل بقاع الأرض. لذا، لزم على هؤلاء السكان تعلم شيئاً ثالثاً في قاعدة التعامل مع الأشياء: هناك الصح والخطأ، والشيء المختلف، وهناك الأبيض والأسود وأيضاً الرمادي.

نتعلم دائماً منذ الصغر أن هذا صواب وأن ذاك خطأ، وأن هذا لا يُقبل فيه الحوار ولا المناقشة ولا الجدال، فاعمل هذا ولا تعمل ذاك، وقل هذا ولا تقل ذاك، نكْبر وترسخ بيننا هذه القواعد، فنتعامل مع الآخرين على ضوئها، فمن يعمل مثلي فهو على حق، ومن يعمل بطريقة أخرى فهو بالضرورة على خطأ، نربي أبناءنا عليها أيضاً وتستمر الحياة.

نشوء قواعد الصواب والخطأ: تنبع هذه القواعد في كيفية السلوكيات وفن التعامل من أشياء عدة فبعضها ديني، وبعضها مجرد عادات وطقوس اجتماعية تختلف في تفاصيلها في البلد الواحد بين قبيلة وأخرى، أو بين منطقة وأخرى، كما نشاهد هنا في المملكة إذ تختلف القبائل والمناطق في أشياء كثيرة في كيفية التعامل مع الآخرين على الخصوص.

أما ديننا الحنيف فلم يخطِّئ إلا أشياء محدودة جعلها محرمة على المسلم ولا يصح إتيانها، وأوجب عليه أشياء محددة أيضاً لا يجوز له تركها وهي أمور معروفة لكل مسلم ومسلمة، ويمكن تمثيل ذلك في الشكل رقم (١):

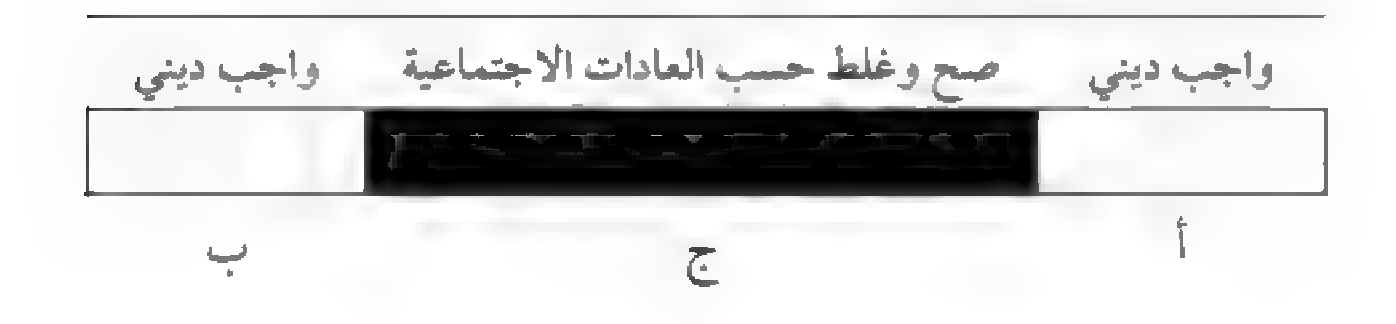


الشكل رقم (١).

أما ما بين الواجب عمله والواجب اجتنابه فإن أموراً مستحب عملها، و أموراً مستحب اجتنابها، وأموراً مسكوت عنها وهي بالتالي من الجائز القيام بها أو عدم القيام بها، سيان.

ودون شك فإن المحرمات في الإسلام قليلة جداً تُعد على أصابع اليدين، وكذلك الأمور الواجب القيام بها. لكن نرى أن هناك أشياء مختلف عليها وهل هي حرام أم لا؟، مما يندرج في السلوكيات والتعامل وهي ما يمكن أن نسميها مختلف عليه فيجيزها بعض العلماء، ويحرمها البعض الآخر اعتماداً على اختلاف في روايات الحديث عن النبي - صلى الله عليه وسلم - واختلاف في تفاسير النصوص القرآنية والسنية.

لكن لا تقف في مجتمعاتنا الأمور عند هذا الحد إذ أن هناك أموراً لا علاقة للدين بها، ولكنها عادات وتقاليد اجتماعية توسع من دائرة الصح والخطأ لتشمل كل اتجاهاتنا وسلوكياتنا في الحياة. انظر الشكل رقم (٢).



الشكل رقم (٢).

ما يحصل في المجتمع الإسلامي ونتربى عليه، يحدث أيضاً في المجتمعات الأخرى، فنجد جزءاً بسيطاً يتعلق بدياناتهم المختلفة، والبقية مجرد عادات وتقاليد تم توارثها منذ القدم، فأصبحت تحدد الصواب من عدمه وإن اختلفت الثقافات في العالم في قائمة الصواب والخطأ، فبعض الثقافات تترك مساحات كبيرة لإمكانية الاختلاف وثقافات أخرى تضيّق مسافة إمكانية الاختلاف إلى أقصى درجة ممكنة. أي أن اللون الرمادي في بعض الثقافات يحظى بمساحة كبيرة بينما في ثقافات أخرى يغطي اللونين الأبيض والأسود على المسافة كلها، انظر الشكلين رقما (٣ و٤).



الشكل رقم (٣). الثقافة الغربية.

الشكل رقم (٤). الثقافة العربية.

معنى المعادلة وكيفية عملها: تعني هذه المعادلة أن الناس تحكم على أفراد الثقافة من خلال هذا المنظور فيقبل منهم ما تراه الثقافة صواباً، ويرفض منهم أي شيء تراه الثقافة خطأ، وينظر إلى الشخص ويقيّم بناءً على إتباعه لقواعد الثقافة أو ابتعاده عنها، والتي تحكم كل الاتجاهات والسلوكيات الإنسانية فيها ويقيّم بالإيجابية كل من يتبع الصواب، ويوصم بالسلبية كل من يخالف هذه القواعد أو يرتكب ما تراه الثقافة خطأ. وتعتمد درجة السلبية التي يوصم بها الشخص المخالف بناءً على درجة الخطأ

المرتكب كما تراه الثقافة، فقد يكون خطأ بسيطاً لا تحاسب عليه الثقافة، وقد يرتكب خطأ يكون جزاؤه إنهاء حياته سواء أكان ذلك بشكل مادي أم معنوي.

ثقافة العيب والعار: بعض الثقافات لديها ما يسمى بثقافة العيب وكذلك العار، وهذا يعني أن من أنواع الخطأ ما يستحق أن يطلق عليه عاراً لا يمكن علاجه بسهولة، فهو وصمة تطال الفرد الذي ارتكبه ولا يقتصر عليه بل يشمل جميع أفراد عائلته، وقد لا تنفك العائلة من هذا العار أبداً مهما عُمل من أجل التكفير عنه، ونلاحظ أن بعض الأسر قد تضطر إلى الهجرة إلى مكان آخر غير معروف للهروب من هذا العار الذي سوف يطاردها.

وينبغي التنبيه هنا إلى أن قواعد الصح والخطأ والعيب والعار، بل وحتى ثقافة الثأر تختلف ليس فقط باختلاف الثقافات، ولكن أيضاً باختلاف الأجيال، فالتعليم يؤثر على تشكيل الثقافة وقواعد الصح والخطأ، كما أن تلاقي الثقافات يؤثر، لذا، نجد وفي كل الثقافات الغربية أن هذه المعايير اليوم تميل أكثر نحو المساحة الرمادية حيث عدم البت في الأمور بالصواب من عدمه، إنما يعتمد ذلك على الموقف نفسه وحدوده (Elmer,2002).

ثقافتك والثقافات الأخرى: تكمن المشكلة الرئيسة هنا في أن الشخص يبدأ بالحكم على الآخرين من خلال منظور ثقافته، فبناءً على الخطأ والصواب في ثقافته يتعامل مع الآخرين حتى وأن كانوا من ثقافات أخرى، ذلك أنه تعلم منذ الصغر أن هذا صواب يجب اتباعه، وذاك خطأ يجب الابتعاد عنه.

والمهم هنا هو علينا ألا نحكم على الآخرين من ثقافات أخرى مختلفة من خلال منظور ثقافتنا، فما نراه خطأ أو عيباً أو حتى عاراً، ليس بالضرورة أن هذا المجتمع أو تلك الثقافة تراه بالمنظار نفسه. لذا، ينبغي علينا قبل الذهاب إلى أي مجتمع كان، التعرف على قواعده في الأخلاقيات والسلوك والتصرفات وما يراه صواباً وما يراه

خطأ والحكم على أفراد تلك الثقافة أو ذاك المجتمع من خلال منظورهم المحدد في الصح والخطأ، وليس منظور ثقافتك أنت في الصح والخطأ. ويقترح بعض علماء الثقافة النظر إلى الثقافات الأخرى أنها مختلفة، ويرون أن هذه النظرة تحقق لنا ما يلي:

١- تُبعد عنا هاجس الخطأ.

٢- إننا عندما نرى الاختلاف بشكل محايد، نتحرر من الحكم السلبي على الآخرين.

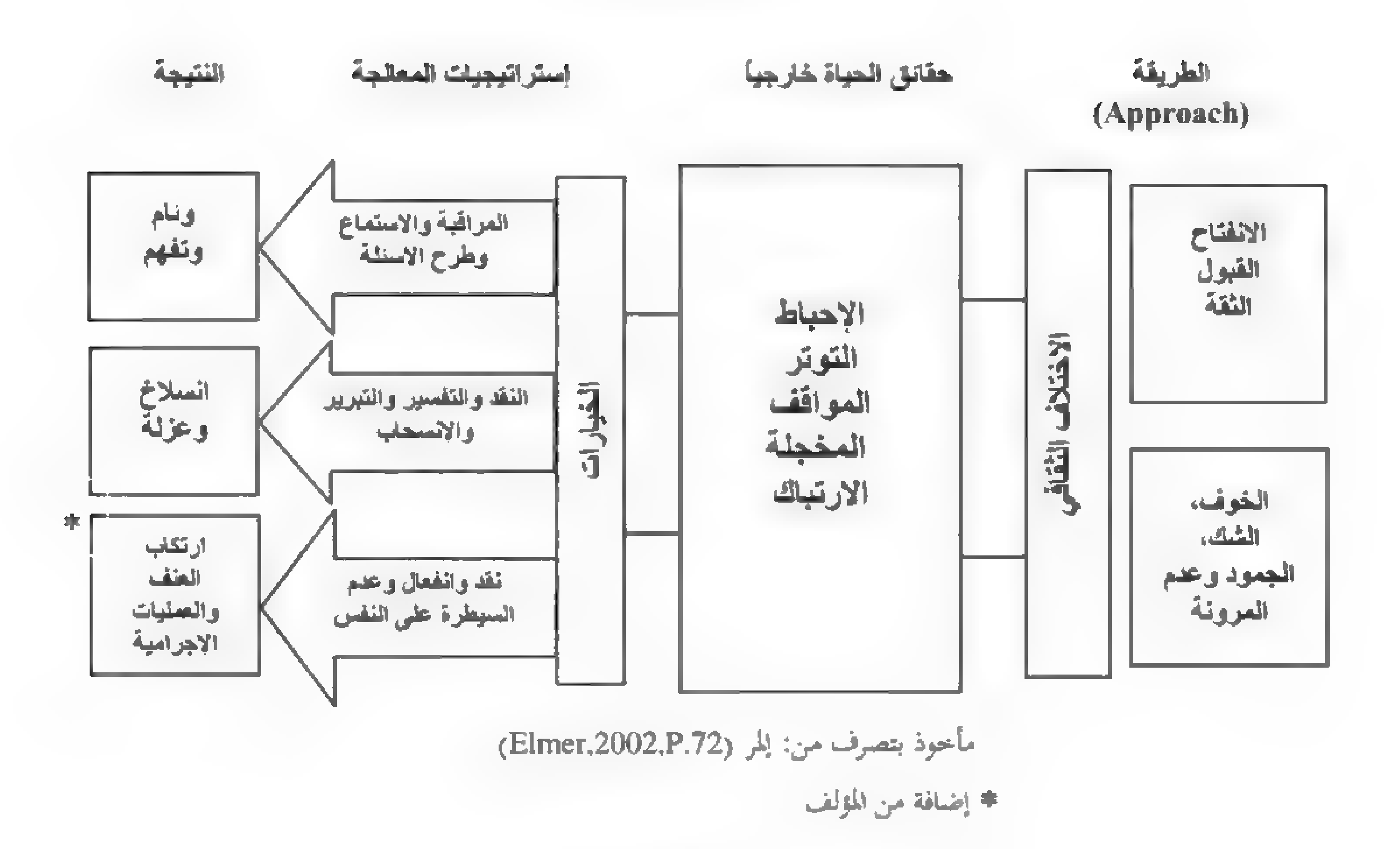
٣- سيكون تفاعلنا مع الآخرين أكثر حرية وانسيابية، لأن تصحيح الخطأ ليس هو ما يشغل تفكيرنا في تعاملات الآخرين.

٤- تجريب قبول الآخر باختلافه عنا، مما يساعدنا في الانفتاح عليه والتعرف على أبعاد ثقافته والتعلم منها. (Elmer,2002,PP.30-31).

خارطة التكيف الثقافي
Cultural Adjustment Map

على غرار أهمية وجود خرائط جغرافية للفرد عند سفره إلى أماكن جديدة، يقترح بعض علماء الاتصال الثقافي أن يكون لديه خريطة تكيف ثقافي عند زيارته لثقافة جديدة. تتكون هذه الخارطة من عدة أجزاء كما يتضح في الشكل رقم (٥).

حسب هذه الخارطة فإن الفرد عند سفره لثقافة جديدة ومكوثه فيها لفترة زمنية فإنه سيميل في تصرفه نحو إحدى الطريقتين: فإما يكون أكثر انفتاحاً وقبولاً بالآخرين وثقة فيهم، وإما يكون أكثر خوفاً وشكاً، وبالتالي عديم المرونة معهم خاصة، وعند تعامله مع سلوكياتهم وتوجهاتهم. ويرى إلمر (Elmer,2002,P.73) أن الإنسان لا يختار طريقاً واحداً ولكنه يميل أكثر إلى أحد الطريقين دون الآخر في تعامله مع الثقافة الجديدة عليه.



مأخوذ بتصرف من: إلمر (Elmer,2002,P.72)

* إضافة من المؤلف

الشكل رقم (٥). خارطة التكيف الثقافي.

ففي الطريق الأول يكون الفرد الزائر أكثر انفتاحاً في تقبله للاختلاف الثقافي من تصرفات وسلوكيات، وأكثر قبولاً وثقة بها، بينما يميل الفرد الآخر لأن يكون أكثر خوفاً منها وشكاً فيها وارتياباً وعدم مرونة معها، وبينما في كلتا الطريقتين يجابه الإنسان عند معاشرته ثقافة أخرى غريبة عليه: التوتر، والإحباط، والارتباك، والمواقف المخجلة. لكننا نجد أن الفرد الذي اتبع الطريقة الأولى بشكل أكبر، مال للانفتاح والثقة والتقبل، ويستخدم إستراتيجيات معالجة لهذه المشكلات تجعله في نهاية الأمر يشعر بالوئام والتفهم للغير. من الإستراتيجيات المستخدمة هنا: مراقبة الناس وملاحظتهم، والتعرف على تصرفاتهم مع بعضهم، والإنصات إليهم بشكل فاعل ومن ثم طرح الأسئلة المناسبة لتفهم هذه الاختلافات التي يراها عن ثقافته؛ بينما نجد

من مال للطريق الآخر حيث الخوف والشك والجمود أنه استخدم إستراتيجيات نقدية وتبريرية ومن ثم انسحاب ليصل في النهاية إلى العزلة. إن من يسير أكثر مع الطريقة الثانية سوف يصل في نهاية الأمر إلى قرارات سيئة وسيصل إلى نهاية سلبية حول هذه الثقافة وأهلها، من ذلك مثلاً: اتهام هؤلاء الناس بالإحباط الذي يعاني منه، أو أنهم أناس متخلفون، أو القول أنه لا يمكن فهم هؤلاء الناس أو ثقافتهم، أو القول إنه فقط سوف يقوم بأداء واجبه دون الدخول معهم أو التعلق بهم (Pitts,2007; Lee and Chen,2000; Elmer,2002,P.80).

يضيف المؤلف هنا بعداً جديداً في النموذج ويرى أنه بدأ يسود في بعض الأحيان في الثقافات المختلفة وهو أن بعض متخذي هذا الطريق ابتعدوا وصاروا يستخدمون طرقاً أخرى أكثر عدائية، تميل إلى محاولة تعديل العالم والثقافات الأخرى وتطويعها لثقافاتهم من خلال العنف، وما الأفعال التي تقوم بها مجموعات القاعدة المتطرفة إلا محاولات لإخضاع الثقافات الأخرى لثقافاتهم بالقوة واستخدام العنف، فغيرهم كفرة لا يستحقون الحياة حتى ولو كانوا مسلمين، وهذا في الواقع لا يقتصر على مجموعات القاعدة ولكن يشمل التوجهات المتطرفة في العالم أجمع والتي تقودها الأحزاب والجماعات العنصرية والتي بعضها استطاعت بالفعل الانتخابي الديموقراطي الغربي أن تعتلي سدَّات الحكم وتشعل الحروب هنا وهناك في محاولات لتركيع الثقافات الأخرى وفقاً لثقافاتهم هم.

كيفية الانفتاح على الآخرين

هناك في الواقع العديد من الطرق منها على سبيل المثال:

١- **الابتسامة الصادقة:** تعد الابتسامة المدخل الأساسي لقلب الطرف الآخر، ولكن يجب أن تكون ابتسامة حقيقية وليست مصطنعة، فالإنسان المقابل يستطيع

أن يدرك الفرق بينهما بكل يسر وسهولة وديننا الحنيف أوصانا بالابتسامة وأن فيها صدقة.

٢- **الترحيب الحار بالشخص الذي تلاقيه:** عليك أن تُشعر من يزورك أنك فعلاً مسروراً لزيارته لك، وأنك تُقدّر له ذلك، مما يجعله فرحاً أنه قام بزيارتك.

٣- **الإقبال على الشخص:** يتم ذلك عبر السؤال عنه وعن عمله وعائلته، وأن تكون الأسئلة صادقة ومخلصة، وأن تستمع إلى الإجابات بكل صدق وروية.

٤- **تكريم الشخص:** وذلك عن طريق تقديم ما يمكن تقديمه له من شرب وأكل وغيره.

٥- **التودد إليه عن طريق الاتصال اللفظي وغير اللفظي:** ينبغي مراعاة العادات والتقاليد، خاصة في قضايا اللمس واستخدام التعابير الجسدية المختلفة.

٦- **البعد عن الحكم على الآخرين:** ينبغي قدر الإمكان أن تتجنب الحكم المبكر على الشخص الذي أمامك، أعطه الفرصة ليتحدث عن موقفه. ابق منفتحاً على الحقائق والأسباب حتى تسمع كل شيء، وعليك بالتأكد أيضاً من خلال طرح الأسئلة.

٧- **أشعر المغادر أنك مازلت راغباً في بقائه.**

٨- **قم بدعوته للمجيء إليك مرة ثانية.**

على الإنسان أثناء وجوده في ثقافة أخرى جديدة أن يدرك أنه سيجد مصاعب ومتاعب تواجهه في البداية ولابد من الصبر عليها، إذا لم يصبر ويحاول أن يتقرب لهذه الثقافة سيعود لثقافته في أسرع وقت.

فلابد للإنسان من مراقبة مشاعره؛ لأنها مصدر أساسي في تصرفات الإنسان وردات فعله غير المدروسة مما قد يولد دماراً لعلاقاتنا بالآخرين.

ويرى إلمر أن على الإنسان أن يفكر في شعوره ويراقبه فإذا وجده سالباً فعليه أن يكون حذراً فلا يتصرف تصرفاً يندم عليه، كما عليه أن يتعرف على نوعية هذا

الشعور السالب هل هو غضب؟، أم إحباط؟، أم تفوق؟، أم أنه غامض وغير معروف؟، وعليه إذاً تحديده، ثم عليه أن يسأل عن المصدر المسبب لهذا الشعور. (Elmer,2002,PP.87-91).

الفردية والجماعية
Collectivism & Individualism

يختلف العالم في نظرته لدور الفرد والجماعة، فبينما نجد ما يقارب من ثلاثة أرباع العالم يقدم الجماعة بشكل عام على الفرد، نجد الثقافة الغربية وبالذات الأمريكية تقدم الفرد على الجماعة (Elmer,2002; Martin and Nakayama,1999).

ففي الولايات المتحدة الأمريكية نجد أن الفرد معنيّ بذاته فهو المسؤول الأول عنها، وهو الذي يعمل من أجل تكوين ذاته وتطويرها، واتخاذ القرارات بذاته دون تدخل أحد، ودون الاهتمام بما يقول الآخرون عنه، والفرد هو من يُعترف به ويكرم، لذا، نجد في الشركات والمؤسسات مثلاً: موظف الشهر، ورجل العام، إنهم يتحدثون عن الإنجازات الفردية وكأنه لا يوجد أناس آخرون ساعدوا هذا الشخص في الإنجاز. يتمتع الفرد بحرية كاملة في اختيار شريك حياته أو حياتها، في اختيار التخصص الدراسي الذي يريد، وفي تحقيق آماله وطموحاته.

نجد على الطرف الآخر، معظم الثقافات الأخرى تعزز روح الجماعة على الفرد، وترى الجماعة أهم من الفرد الذي عليه أن ينضوي تحت مبادئ الجماعة وأخلاقياتها وتوجهاتها وعاداتها وطقوسها. نجد الشخص لا يتخذ القرارات المهمة لوحده ولكنه يشاطر الآخرين فيها، بل يمتنع عن اتخاذ قرار مهم له بسبب رأي الجماعة حوله وذلك في أمور مهمة مثل: الزواج، والدراسة، والعمل، والسفر... إلخ.

دون شك هذان التوجهان: الفردي والجماعي، لا يعني تغييب الطرف الآخر تماماً، فمثلاً نجد في الفردية اهتمام وتقدير للجماعة، كما نجد اختلافات في مقدار الفردية من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر، فهي في الولايات المتحدة الأمريكية عالية جداً مقارنة بأوروبا، كما أنها كانت أشد في الولايات المتحدة الأمريكية قبل ظهور ما بعد الحداثة والتي بدأت تُعطي للجماعة أهميتها.

وهذا ينطبق على الثقافة الجماعية، فهي تختلف باختلاف المجتمعات، خاصة أن معظم الثقافات الأخرى تنضوي تحتها، لكن دون شك هناك اختلافات بين المجتمعات الإسلامية، واليابانية، أو الصينية مثلاً. كما أنها تختلف باختلاف الزمن أيضاً، فالتوجهات الحديثة تُعطي للفرد أدواراً رئيسة، وأصبح دور الجماعة أضعف بكثير مما كان يحدث قبل خمسين عاماً مثلاً. يعود ذلك ربما لسيطرة الثقافة الغربية على العالم وانتشارها عن طريق وسائط الاتصال المختلفة. وربما أيضاً عن طريق تطور الحياة وتعقدها مما أدى إلى ضعف الكثير من الروابط الاجتماعية، ونلاحظ ذلك في المجتمعات العربية، إذ أصبح الفرد يضطر للسفر والابتعاد عن أسرته بحثاً عن العيش وتطوير الذات، وهذا أدى إلى تشتت الأسرة الواحدة وتقلص الأسرة الممتدة إلى أسرة النواة. فأصبح اهتمام الفرد بأسرته أصغر مما كان في السابق.

إن لهذه النظرة الفردية والجماعية تطبيقات كثيرة ينبغي لمن يذهب لثقافة أخرى الانتباه لها والاهتمام بها. وسنورد هنا بعض هذه التطبيقات:

١- التفكير التصنيفي والكلي

يفكر الغربيون بشكل تصنيفي وليس كلي، إنهم يفصلون بين الأشياء على شاكلة صح خطأ، جيد سيء، أنا أنت. إنهم ينظرون للحياة كخط زمني فيه أوقات مميزة، وأخرى محبطة. بينما نجد الثقافات الأخرى تنظر للأمور بمنظار كلي فالأمور متداخلة ولا يمكن أن توقف الزمن في حياة الإنسان وتقسّمه مثلاً إلى طبقات غير مرتبطة

ببعضها، إنهم ينظرون للحياة كالبصلة التي تتكون من عدة طبقات وتكوّن في مجموعها البصلة. لهذا تجد الغربيون يستغربون عندما يقاطع العرب مثلاً الإسرائيليين أو حتى بعضهم البعض في جوانب لا علاقة لها في رأيهم بالسياسة، فمثلاً: لماذا لا يتم مقابلة الإسرائيليين رياضياً واللعب مع فرقهم؟! يقولون ما علاقة الكرة بالسياسة بينما نجد الطرف الذي ينظر للأمور بكلية أن السياسة هي رياضة والعكس صحيح إنه لا يمكن الفصل بينهما (Elmer,2002; Kim,1994).

يعجب الكثير من العرب عندما يعيشون في الغرب كيف أن الغربيين يفصلون بين عملهم وحياتهم الأسرية بشكل كامل تماماً، ويستغربون لماذا لا نعمل مثلهم؟، وينظر إليه البعض على أنه نتيجة لتخلفنا. في رأيي أن مرد ذلك هو نشأة ثقافية لا علاقة لها بالتخلف، فثقافة الفصل الغربية جعلتهم ينظرون لكل شيء وفق اللونين الأبيض والأسود. فيفصلون بين الدين والدولة، ويفصلون بين أوقات العمل والراحة.

فتجد الأمريكي مثلاً لا يخلط بين الصداقة لشخص ما وما يتطلبه العمل منه، وهذا ما يجعل بعض الطلاب العرب مثلاً يغضبون من بعض أساتذتهم. يمكن أن يكوّن صداقة عالية معك، يزور مع عائلته عائلتك، ويصبح صديقاً وفياً لك لكنه لا يخلط بين هذا وعملك في البحث والدراسة، فيعطيك الدرجات التي تستحقها فقط.

ولعل هذا الفصل يجعل الفرق كبيراً بيننا وبينهم، فمثلاً نجد العربي يؤخر الكثير من أعماله لينهيها في نهاية الأسبوع، وبعضهم يعملها في وقت إجازته الرسمية. هذا، لا نجده عند الغربي إذ أنه يُنهي عمله بنهاية دوامه ولا يخلط الأوراق، كما نجدهم في غاية الجد والمسؤولية أثناء أيام الأسبوع، ونجدهم في غاية الانبساط والبعد عن الدراسة وما قرب منها في أيام نهاية الأسبوع.

تُعلّم الثقافة الجماعية أفرادها أيضاً تقليل حدة الضمائر المنفصلة: أنا وأنت خاصة في المجتمعات الفقيرة وبالذات في الأسر الممتدة. يقوم الابن الأكبر في الكثير من الدول

العربية الفقيرة مثلاً برعاية أسرته، ويعمل ليل نهار ليس من أجل تكوين نفسه، ولكن من أجل تكوين أسرته وتربية إخوته وإعاشتهم، بل نجد أنه في بعض الأسر التي يكثر فيها العاطلون عن العمل. يقوم من يجد الوظيفة بتقسيم ما يتحصل عليه بينه وبين أخوته بالتساوي، ودون إشعارهم أو ربما لا يحس هو بالفعل أن ذلك مساعدة لهم، إنهم يعتبروها حقاً من حقوق الآخرين. وهذا الاندماج بين الأنا والأنت لا نجده في الثقافة الفردية، ثقافة التصنيف والطبقية: هذا لك وهذا لي.

٢- استخدام المنطق عبر الثقافات

يختلف استخدام المنطق بين الثقافات، فبينما نرى الثقافة الغربية وقد ركزت على المنطق الخطي Linear Logic، والطريق المباشر في حل المشكلات، والوصول إلى نقطة محددة، أو الوصول إلى نهاية واضحة، نجد ثقافات أخرى تأخذ طرقاً أخرى فمنها مثلاً: الطريق اللولبي Spiral أو طريقة طبقات البصل، ومنها من يبدأ من العام وصولاً إلى الخاص وهكذا فلكل ثقافة طريقتها في المنطق والإقناع. ولا يمكن لنا أن نحاور ونناقش أفراد هذه الثقافات والوصول معها إلى نتائج جيدة دون أن نعرف كيف أفرادها يفكرون؟، وكيف يحلون مشكلاتهم؟، وكيف يتطرقون لموضوعاتهم؟، وكيف يصلون لاستنتاجاتهم؟.

نجد في الثقافة الغربية أهمية تناول الموضوع محل البحث بشكل مباشر، والبدء فيه دون موارية ودون لف أو دوران حوله. فتجدهم في كلامهم الشفهي وكذلك المكتوب يضعون في المقدمة القيمة الأساسية للموضوع المراد الحديث فيه، وأهم النقاط الأساسية الخاصة به، ثم بعد ذلك وفي تسلسل خطي منطقي يحاولون إقناعنا بهذه الفكرة عبر الاستشهاد، وآراء الخبراء، والتجارب، ويقدمون التفاصيل من أجل الوصول في النهاية إلى حل أو تحقيق الهدف المنشود (Elmer,2002; Kim,1994; Kim,2005).

من جهة أخرى نجد معظم الثقافات الأخرى لا تتناول الموضوع المطروح بشكل مباشر وإنما تتناوله بشكل غير مباشر وتبدأ حديثها حول الموضوع وصولاً إلى لبه، أو أن تبدأ من النقطة الأساسية في الموضوع ثم تفصل في نقاط فيه وترجع بعد كل نقطة إلى لب الموضوع.

تشابه ثقافتنا العربية إلى درجة كبيرة الثقافة الآسيوية مثل: الثقافة اليابانية والكورية فنبدأ موضوعاتنا على الشكل اللولبي من الخارج باتجاه الموضوع حتى نصل إلى لبه، ونلاحظ ذلك بشكل أوضح في الموضوعات الحساسة، فتجد المتحدث يتحدث أولاً عن أشياء لا علاقة لها بالموضوع، ثم يتدرج في قضايا قريبة أو ذات علاقة به، ثم يصل في النهاية إلى الموضوع المراد الوصول إليه. فلو أراد شخص ما أن يقترض مالاً من صديق له، فإن الحوار يأخذ في محاوره الأساسية الشكل التالي:

- الظروف الحياتية وغلاء المعيشة.
- الحالة التي وصل إليها الوضع في البلد.
- كيف هو حال مشاريعه.
- حاجته لمبلغ من المال.

ويمكن أن يتوقف المتحدث ولا يكمل الطريق للوصول إلى هدفه الأساسي عندما يرى مثلاً أن الشخص المقابل، بدأ غير مركز معه، أو شعر أنه يتهرب منه، أو وجد أنه يؤكد له أنه هو أيضاً يعاني... وهكذا، فالصورة تتضح للمتحدث دون أن يُكمل حديثه إذ أن الطرف الآخر يعرف قصده، أو ربما يبدأ في استنتاج ذلك وتخمينه فيقطع عليه حديثه دون أن يصل لنقطة طلب القرض المالي وهو بذلك يقطع الطريق على الاثنين الوصول إلى النقطة الحرجة والتي ربما ينحرجان منها.

الذنب والعيب والعار
Guilt and Shame

تختلف الثقافات أيضاً في كيفية اتباع أفرادها وتكيفهم مع المبادئ والقواعد الأخلاقية والسلوكية للمجتمع المحلي وللثقافة الخاصة بهم بشكل عام. لذا، يقسم بعض العلماء المجتمعات إلى نوعين: نوع يقود أفراده بشكل أكبر الشعور بالذنب وهو مؤثر داخلي يقود الإنسان بفعل أو عدم فعل شيء ما فالفرد في هذا المجتمع يعاقب نفسه بنفسه عند ارتكابه لخطأ ما، وذلك لشعوره الداخلي بأنه ارتكب خطأ ما تربى على أنه خطأ جسيم يجب أن يعاقب عليه. في مجتمعات أخرى يرتكز أفراد المجتمع على مصادر وعوامل خارجية تجعلهم ينقادون لقواعد ومبادئ المجتمع، فالفرد عادة لا يشعر بالذنب وإنما يخاف ما سوف يلحق به مادياً كان أو معنوياً. (Condon and Fathi,1975).

يرى إلمر أن الثقافة الغربية ذات التوجه الفردي يرتكز الأفراد فيها على الشعور بالذنب بصفته باعثاً داخلياً يؤنب ضمير الخارج عن القانون، أو من يرتكب خطأ مخالفاً لتوجهات الثقافة الغربية، بينما معظم العالم الآخر، يميل نحو ثقافة العيب والعار.

في ثقافة الشعور بالذنب يؤنب الفرد ضميره على ارتكابه الخطأ، كما أن المجتمع يمكن أن يعاقبه، لكن يفصل المجتمع فصلاً كاملاً بين العمل والفرد، فعندما يعمل الفرد عملاً سيئاً، سوف يعاقب على ذلك العمل، لكن الفرد نفسه لا يوصم بأنه سيء.

تسعى الثقافة هنا على تعليم أبنائها القواعد والمبادئ سواء أكانت مبادئ دينية، أم قانونية ودستورية، وتأمل أن يعمل أبناء الثقافة على أن تلتصق هذه القواعد في وجدان أفرادها فتمنعهم- دون رقيب خارجي- من ارتكاب مخالفات لها، وإن ارتكبوا المخالفات يشعروا بالذنب للتوقف عن ممارستها. والفرد بمحاولته هذه الالتزام بالقواعد

والقـوانين يحـاول أن يرضـي شـعوره وضـميره أكثـر مـن اهتمامـه بعائلتـه وأهلـه. (Elmer,2002,P.173).

في المجتمعات ذات ثقافة العيب أو العار، يكمن العامل الأساسي للفرد في ألا يجلب لأهله، أو قبيلته، أو ربما وطنه أيضاً العار أو العيب. يود الفرد هنا أن يحقق لعائلته أو وطنه الفخر والاعتزاز. يشعر الفرد بالخزي والعار إذا لم يحقق طموحات أهله سواء أكان ذلك في مجال الدراسة أم العمل أم الزواج... إلخ.

ونلاحظ ذلك بوضوح في الثقافة العربية وكذلك الأسيوية الشرقية، فالياباني مثلاً يُقدم على الانتحار في حالة عدم تحقيقه رغبة أهله، أو في حالة ارتكابه لخطأ ما. أما في العالم العربي فلا زلنا نسمع بكلمات مثل: "غسل العار" وهو عندما يقوم أحد أفراد عائلة فتاة ارتكبت معصية الزنا مثلاً بقتلها، أو أنه يأخذ بثأر عائلته لشيء ما ارتكب من قبل عائلة أخرى وذلك بقتل أحد أفراد عائلتها على سبيل المثال.

وتختلف المسميات التي تطلق على العار من ثقافة لأخرى، ففي بعض الثقافات وبالذات في جنوب شرق آسيا يطلقون عليها "حفظ ماء الوجه" وكذلك في دول أفريقيا.

يجب التنبيه هنا أنه في الثقافة الغربية وبالرغم من وجود كلمات العيب والفضيحة والخزي وكيف يمكن لشخص آخر أن يسبب لك هذا، لكن نجد أن الفرق بين الثقافتين: ثقافة معظم المجتمعات البشرية، والثقافة الغربية تكمن في الفصل بين الشخص والفعل، فربما ما قام به أحدهم عيب ومخجل لكن هذا لا يوصم به الشخص. ومن هنا نجد أن الغربي لا يغضب من النقد عندما تقوم بنقده في عمل ما، لكن نجد العربي مثلاً أو بقية أفراد المجتمعات الأخرى يغضبون من النقد لأنه ليس هناك فصل بين الشخصية والعمل، فعندما تنقد العمل فكأنك تنقد الشخص ذاته. إن نقد الموضوع لا يؤخذ في الغرب بشكل شخصي لكننا نجده لدينا حتى لو بدأ بالموضوع والفكرة سرعان ما يعود وتوصم به الشخصية، ولعلنا نلاحظ ذلك كثيراً في وسائل

إعلامنا عندما يتحول نقد عالم أو مفكر لآخر، إذ سرعان ما ينقلب الاختلاف والنقد من الفكرة والموضوع إلى نقد الشخصية، وربما وصل الأمر إلى القبيلة والعائلة والأصل ...إلخ.

عليك أن تتجنب أن تجعل الطرف الآخر يشعر بالخزي والعار والذي ربما يحصل منك دون أن تدرك ذلك، يقدم إلمر بعض الطرق التي ربما تؤدي إلى شعور الشخص المقابل بذلك:

اللوم: إن لومك شخص ما في إحدى هذه الثقافات غير الغربية على عمل نفذه، أو أداء قام به، قد يعني جلبك للعار له؛ ذلك أن هذه الثقافات ثقافات جمعية كلية لا تفصل بين العمل والفعل، والشخص لذلك عليك تجنب لوم الآخرين قدر الإمكان.

التقصير: إن اتهامك شخص ما بالتقصير أمام أناس آخرين، قد يؤدي إلى شعور هذا الشخص بالإهانة والعار. إذا كان لابد لك من إشعار الفرد بتقصيره في عمل ما، عليك أن تواجهه لوحده دون حضور أطراف أخرى.

الخطأ: لا تبادر إلى تصحيح أخطاء شخص في حضور آخرين، حتى لو كان ذلك بسيطاً كأن يكون تصحيحاً في قواعد اللغة، أو المنطق، أو التفكير.. ابني علاقات ولا تحاول أن تخلق عداوات.

الطلبات: لا تسأل الفرد أن يحقق لك شيئاً بشكل مباشر فقد لا يستطيع تحقيقه إما لأنه صعب عليه، أو لأنه يفوق طاقاته وقدراته المادية أو العلمية... إلخ. ولكن يمكن أن تطلب تحقيق الأشياء التي ترى أهميتها بشكل غير مباشر: "أود لو أن تقوم بكذا وكذا" و" من الأفضل لو استطعت عمل.."، أو "سمعت أن بعض.."، وهكذا.

المقارنة: لا تمتدح بلدك وثقافة أو سلوك الناس هناك، أو حتى النظام والوضع القائم مقارنة بالبلد الذي أنت فيه، حتى لو سئلت عن رأيك مقارنة ببلدك، حاول قدر الإمكان أن تجاملهم وأن تثني على بلدهم.

رفض الطلب: لو طُلب منك تحقيق شيء إذا كنت لا تستطيع تحقيقه لا ترفض تنفيذه بشكل مباشر قل: "سوف أحاول قدر ما أستطيع"، "سوف أتصل بك عندما أستطيع عمل ذلك" أو "سأبذل قصارى جهدي" و "ودي أن أساعدك، لكنني ربما لا أستطيع الآن لعلي سوف أحاول".. وهكذا. (ELmer,2002,PP.176-177).

الصدمة الحضارية (الثقافية)

Culture Shocks

عندما يغادر الإنسان البيئة التي عاش وتربى فيها إلى بيئة أخرى يشعر بصدمة يطلق عليها الصدمة الحضارية. يعرفها العلماء المتخصصون في هذا المجال بأنها: "القلق الذي يساورنا من فقدان كل العلاقات والرموز المعروفة لدينا والتي تساعدنا في فهم موقف ما" (Oberg,1967,P.177). ويعرفها إلمر بأنها: "عندما تجرب الإحباط لعدم معرفتك للقوانين، أو امتلاك القدرات من أجل التكيف مع ثقافة جديدة" (Elmer,2002,P.44).

تأتي الصدمة الحضارية على أشكال عدة ودرجات مختلفة، تكبر وتتعمق كلما انتقلنا إلى ثقافة أخرى تختلف عن الثقافة التي تعودنا عليها اختلافات جذرية في اللغة والعادات والتقاليد، وفي المأكل والمشرب والعبادة... إلخ. وتخف وطأتها كلما كانت قريبة من لغتنا وثقافتنا التي تربينا فيها.

قد يشعر الشخص بهذه الصدمة عندما ينتقل من قرية صغيرة إلى مدينة كبيرة في ثقافته نفسها، فلو أنك تربيت في قرية في القصيم مثلاً وعشت كل حياتك فيها ولم تتح لك الفرصة لأن تزور الرياض من قبل ولم تسكن في مدينة مثيلة، ثم فجأة انتقلت

لوحدك لتعيش في مدينة الرياض دون شك ستصاب بهذه الصدمة وستكون صدمة ثقافية أكبر لو أن انتقالك كان لمدينة نيويورك مثلاً حيث اختلاف اللغة والدين والعادات والتقاليد بشكل جذري (Kim and Kim,2004).

مع الانفتاح العالمي وانتشار تقنيات الاتصال وبالذات الإنترنت والفضائيات، أصبح الشباب اليوم في كل مكان أكثر معرفة بالثقافات والعادات والتقاليد العالمية من خلال ما يشاهدونه ويسمعونه، إنهم يعيشون الثقافات الأخرى من خلال التفاعل عبر الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة إذ يتواصل الشباب مع بعضهم البعض ويتعارفون ويكونون الصداقات؛ لذا؛ أصبحوا أكثر إدراكاً للكثير من العادات والتقاليد للثقافات المختلفة سواء أكان ذلك عن طريق مشاركتهم الشخصية، أم عبر ما يُبث من أفلام ومسلسلات وبرامج تلفزيونية مختلفة خاصة الأمريكية منها.

أصبح الفرد عندما يسافر يعيش في غربة أقل حدة مما كان يوجد قبل عشرين عاماً مثلاً، ذلك أن الفرد يستطيع أن يتواصل مع ثقافته الأصلية بشكل أكبر وأسرع، بل يمكنه من أن يتعايش معهم من خلال وسائط الاتصال المتوفرة اليوم سواء عن طريق الهاتف المتنقل، أو البريد الإلكتروني، أو ما يسمى بالماسنجر والمحادثة وغيرها من وسائل يمكن للفرد أن يعيش من خلالها مع عائلته مهما بعدت به الأرض بأقل التكاليف وذلك من خلال الصوت والصورة والكتابة (Kim,2008).

أسباب حدوث الصدمة الثقافية

إن مسببات الصدمة الثقافية كثيرة ولعل من أهمها الاختلافات في اللغة والعادات والتقاليد وفي طرق التفكير، والقيم وفي استخدام الاتصال غير اللفظي، والحلال والحرام. وكلما كان الاختلاف بين ثقافتك الأصلية وثقافة البلد الذي قدمت إليه كبيراً وعميقاً، تشعر بالصدمة بشكل أكبر، لأن الفرد لا يعرف كيف يتصرف في مواقف

كثيرة وخبراته وتجاربه الثقافية السابقة لا تسعفه في كيفية التعامل معها.. وهنا يشعر بالارتباك والغربة الشديدة وقلة الحيلة.

لكن يجب ألا نشعر بالإحباط ذلك أن جميع الناس تقريباً يعانون من هذه الصدمة بطريقة وأخرى عندما يعيشون ويتفاعلون مع ثقافات غريبة عليهم.

علامات الصدمة الثقافية

يقدم لنا إلمر مجموعة من العلامات التي تدل على أن الفرد دخل في الصدمة الثقافية (Elmer,2002,P.47) :

- الرغبة في الابتعاد عن السكان المحليين.
- التجول فقط مع الأصدقاء (والآن ربما التحدث والتفاعل معهم حتى وهم في الموطن الأصلي، وذلك من خلال استخدام تقنيات الاتصال).
- النوم الكثير Excessive sleeping.
- تسلط فكرة فقدانه طعامه المحبب.
- التوق الشديد للأخبار من بلده.
- الشك في وجوده في الثقافة الجديدة.
- التمني في أنه في مكان آخر.
- الشعور بالمرض الجسدي وذلك من الضغط النفسي.
- لوم الآخرين لشعوره السلبي.
- التردد في مغادرة السكن الذي يعيش فيه للاختلاط بالمجتمع الجديد.
- الإفراط في الحلم اليومي بموطنه.
- نقد الجمهور المحلي وثقافته.
- إحساس عام بالقلق وعدم الراحة.
- الشعور بالكسل والخمول وانعدام الطاقة أو النشاط.

• قضاء أوقات طويلة عبر الهاتف أو الإنترنت مع الأصدقاء في بلده الأصلي.

أسباب الصدمة الثقافية

دون شك تتعدد أسباب الصدمات الثقافية، فبالرغم من إمكانية القول إن كل إنسان معرض لها عند سفره إلى ثقافة غريبة عليه إلا أنه يمكن القول أيضاً أن أعراضها ومسبباتها وتأثيراتها تختلف باختلاف الأشخاص وتكوينهم الذهني والنفسي والبدني، وخبراتهم الثقافية وتجاربهم الشخصية في هذا المجال، فمن حاول أن يتعرف على الثقافة قبل ولوجها، ومن عاش في ثقافات مختلفة، يختلف عمّن يفارق ثقافته لأول مرة ودون أي استعداد مسبق للتعرف على الثقافة المتجه إليها.

لكن تندرج أهم الأسباب ـ كما يذكر المتخصصون في الاتصال عبر الثقافات ـ تحت التالي:

• **عدم وجود الاستعداد المسبق:** يقوم بعض الأفراد بالسفر إلى ثقافات أخرى في سبيل العمل، أو الدراسة، أو حتى الزيارة العملية، دون استعداد مسبق لمعرفة شيء عن هذه الثقافة فيصدمون عند مكوثهم في هذه الثقافة باختلافها الجذري عن ثقافتهم الأصلية في أمور شتى مما يعرضهم للصدمة الثقافية.

• **عدم معرفة اللغة:** يتجه بعض الأفراد إلى ثقافات أخرى من أجل الدراسة فيها سواء أكانت دراسة للغتهم أم دراسة عامة في تخصصات علمية مختلفة، لكنهم لا يجيدون اللغة التي يستخدمها سكان هذه الثقافة. فيصابون بالصدمة لأن اللغة هي العامل الأساسي في حياة الإنسان ودون معرفة اللغة لا يستطيع أن يتعامل مع الغير، ولا يستطيع أن يقلص سوء الفهم وتكوين المعاني إلا من خلال اللغة. وعندما لا يستطيع التحدث للآخرين والاستماع لما يقولون، بل حتى والحصول على ما يريد، يشعر بالقلق والتوهان والارتباك، بل يتورط في مواقف مخجلة قد تجعله يشعر بوصمة عار.

- **قدر الاختلاف**: لا شك أنه كلما كان الاختلاف بين الثقافتين كبيراً أدى ذلك إلى الصدمة الثقافية فعندما يجابه الإنسان باختلاف اللغة، أو حتى اللهجة، والقوانين العامة، ونظام العمل، وساعات الدوام، وأيام الإجازة، وكيفية سير العمل، وطرق المواصلات، ونظام البنوك، والحياة كلها فإنه دون شك يصاب بالصدمة.
- **الصداقة**: عندما يغادر الفرد ثقافته، عادة يترك معها أهله وأصدقاءه، وهنا يجد نفسه ربما وحيداً في مجتمع غريب عليه لا يعرف صديقاً أو قريباً يتجاذب وإياه الحديث ويبث إليه همومه، دون شك يصاب بالإحباط وربما الذعر من أنه فقد أصدقاء أعزاء عاش معهم سنوات طويلة قد تكون بطول عمره ويشعر أنه قد لا يلتقيهم ثانية.
- **الصحة**: يصاب بعض المنتقلين حديثاً إلى دولة جديدة أو مجتمع جديد بما يسمى "إسهال السفر" والذي يحدث نتيجة لعدم تعود جسد الإنسان لبعض البكتيريا الموجودة في هذا المجتمع أو الثقافة سواء أكانت في الطعام أم الشراب أم من خلال اللقاءات مع الآخرين. والواقع أنه ليس هذا فقط هو الأمر الذي يؤثر على الإنسان في انتقاله من ثقافة لأخرى، لكنه قد يجد نفسه لا يعرف الطعام، هل هو صحي أم لا؟، وهل هو حلال أم حرام؟، وهل هذا الماء صالح للشرب أم لا؟، وتزيد معاناة الفرد عندما لا يعرف اللغة فيزداد اكتئاباً، وكل منا يعرف الكثير من القصص حول أناس سافروا إلى بلدان أجنبية وتورطوا في أكلات محرمة إسلامياً، أو غير صحية وما شابه ذلك.

خطوات تساعد في التخلص من الصدمة الثقافية

- تذكر أن كل فرد يعيش في ثقافة مختلفة عن ثقافته، سيعيش أيامه الأولى وربما أسابيعه الأولى في حالة صدمة ثقافية.

- تذكر أن كل من استطاع أن يكوِّن نفسه في ثقافة أخرى أو على الأقل يعيش فيها، عاش بعد أن عانى ولكنه صبر.
- تعرَّف على أقرب مسجد إليك وقم بأداء الصلاة فيه إن كان قريباً أو على الأقل صلي فيه يوم الجمعة، وتعر ف على أناس من ثقافتك وكوّن معهم صداقات جديدة، إنهم سوف يساعدوك.
- لا بأس أن تبدأ التعرف على أناس من خارج هذه الثقافة الجديدة في الفترة الأولى فهم أكثر الناس فهماً لحالك والوضع الذي تعيشه.
- حاول أن تكون مبتسماً ودوداً للآخرين من الناس المحليين وستجد من يُقبل عليك منهم.
- تذكر دائماً أن الاختلاف بين الثقافات لا يعني أن احدها على خطأ في كل ممارسة فيها اختلاف.. ولكن قد تكون هذه الثقافة أفضل من تلك في شيء والأخرى في شيء آخر.. ولا تجد غضاضة في تعلم ما تراه مناسباً وغير معارض لدينك.. وابتعد عن الحكم على الثقافات من خلال ثقافتك، احكم على تصرفات وسلوكيات الناس من خلال ثقافتهم هم.. فمن تراه بعين ثقافتك عنصراً فاسداً قد لا يكون كذلك بعيون الثقافة الجديدة.. فبالتالي إنه شخص عادي لا يرتكب جرماً.
- أعط لنفسك الفرصة في التأقلم والتكيف.. كل شيء يحتاج لوقت حتى تستطيع أن تفهمه.
- لا بأس من التواصل مع أهلك وأصدقائك في بلدك الأصلي عندما ترى نفسك في حالة كرب شديد، حاول أن تقضي معهم دقائق يؤازروك ويساندوك خاصة ممن لديهم خلفية وتجارب في السفر والمكوث في ثقافات أخرى. وبحمد الله استطاعت التقنيات الحديثة توفير مثل هذا التواصل في أي وقت مع أي صديق أو عزيز

وبأرخص التكاليف، بل ربما دون تكاليف حتى لو كان في أقصى الكرة الأرضية عنك.

- خذ الأمور ببساطة في بدايات مشوارك في الغربة، لا تكن قاسياً على نفسك ولا تخاف من التجربة وأعرف أن كثيراً مما يحصل لك لن يعرفه أحد تعرفه، وبالتالي فإنه يقويك ويساعدك على التعلم.

الصدمة الثقافية عند عودتك لوطنك وثقافتك الأصلية

لا تستغرب أن تصاب بصدمة ثقافية عند عودتك خاصة لمن يقيمون في ثقافة مختلفة لفترة طويلة.. سنة مثلاً أو أكثر، مع التأكيد على أن التأثير يحصل للإنسان ربما لو لم يمكث إلا أسبوعاً واحداً، وهذا يعتمد على طبيعة الثقافة التي جلس فيها وخصائص الشخص نفسه، فمن الناس من يتأثر بسرعة، ومن الناس من يحتاج لفترات زمنية طويلة حتى يتأثر.

يقول بعض علماء الاتصال عبر الثقافات أن الصدمة الثقافية عند العودة قد تكون أشد وطأة من الصدمة عند مكوثك في ثقافة أخرى، والسبب كما يروه يعود لأنك عندما تسافر لثقافة ما فإنك تتوقع وجود اختلاف بين ثقافتك وثقافتهم قد لا تقوى عليه فلا تصاب بالصدمة، لكن عند عودتك لا تتوقع وجود اختلاف في ثقافة مجتمعه عما كانت عليه عند مغادرتها، لكنك تفاجأ بتغيرات جذرية، فتصاب بالصدمة. (ELmer,2002 ,P.194).

والسؤال ما العوامل التي تؤدي إلى صدمة العودة؟، يذكر بعض الباحثين أسباب منها:

- **أنت تغيرت**: نعم، أنت لم تعد كما كنت!، خاصة إذا مكثت لفترة طويلة، لقد تلقفت بعض العادات والممارسات والتصرفات من خلال البيئة التي عشت فيها.. بل ربما أصبحت تخلط لغتك الأصلية أيضاً ببعض كلمات لغة الثقافة التي كنت

فيها. قد تدرك بعض التغيرات التي حصلت لك وتحاول قدر الإمكان إخفاءها، لكن دون شك بعض التغيرات ربما لا تشعر بها. أتذكر أنا عندما رجعت من الولايات المتحدة الأمريكية وبعد مكوثي فيها لمدة ثماني سنوات، وجدت الهلع يصيبني عندما حاولت أن أقود السيارة في مدينة الرياض نتيجة للسرعة والتجاوزات غير المسموح بها التي يمارسها السائقون. رغم إني قبل سفري كنت واحداً ممن يمارسون قيادة السيارة في الرياض بكل سهولة ويسر.

- **أسرتك وأصدقاؤك تغيروا أيضاً**: يمتاز هذا العصر بالتطورات الكبيرة التي تحدث فيه مما يولد تغييرات في تصرفات واتجاهات وسلوكيات الناس. ولو نظرت لأفراد أسرتك لوجدت من توظف، أو غير وظيفته، ومن تخرج من الجامعة، أو تزوج وأنجب أطفالاً، والشيء نفسه تجده في أصدقائك.. وكل هذه عوامل مؤثرة أيضاً تجعلهم يختلفون عما كانوا عليه سابقاً. فبعضهم قد يراك أصبحت غريباً عليه، أو أنك لم تعد ذلك الصديق الحميم، وأصبح لديه أصدقاء أكثر حميمية منك.. وبعضهم قد يدرك تغيرات حدثت عليك وبالتالي فهو أيضاً يغير من تعامله معك.
- **تغير الثقافة نفسها**: يحصل في أحيان كثيرة أن تتغير جوانب كثيرة في الثقافة أثناء غيابك ولو لم يدم لأكثر من سنة واحدة. تتغير سلوكيات الناس وتصرفاتهم، نتيجة لكوارث طبيعية أو نتيجة لحروب ما. على سبيل المثال، عند عودتي من الولايات المتحدة الأمريكية كان ذلك بعد دخول العراق الكويت واحتلالها، وقبيل الحرب الدولية على العراق، لقد وجدت المجتمع وقد تغيرت فيه أشياء كثيرة قد لا يدركها من لم يبرح المجتمع، لكنني أدركتها بكل سهولة. ومن منا لا يدرك اليوم كيف أن ثقافة العالم كلها قد تغيرت بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

استخدام الاتصال غير اللفظي عبر الثقافات المختلفة

بينا في الفصل الثالث طبيعة وأهمية واستخدامات الاتصال غير اللفظي، في هذا الفصل سنركز على أهمية التنبيه لاستخدامات الاتصال غير اللفظي حسب الثقافات المختلفة. فكما يختلف الاتصال اللفظي من ثقافة لأخرى، بل وحتى في الثقافة الواحدة، نجد أن الاتصال غير اللفظي أيضاً يختلف ما بين ثقافة وأخرى ونحن هنا نتحدث عن الاتصال غير اللفظي الاجتماعي.

تنقسم الإيماءات والتصرفات حسب علماء الإنثربولوجيا إلى:

١- الإيماءات الغريزية Instinctive gestures: وهي عادة إيماءات نستخدمها دون وعي منا وتحدث حتى للطفل الرضيع عندما يحس بالخوف مثلاً. ففي جميع التصرفات يتصرف الناس تقريباً بالشيء نفسه فمثلاً: عندما يحيون بعضهم بعضاً يرفعون الحاجب وتجعيد الجبهة أو تغضينها، وهي إشارة للانفتاح على الآخر. وعندما نفاجأ أو نصطدم بشيء ما، نضرب على رأسنا أو نفتح أفواهنا من هول المفاجأة.

٢- الإيماءات التقنية أو المشفرة Coded gestures: ويقصد بها الإشارات التي يتم الاتفاق عليها وفق قواعد وضوابط مهنية احترافية، كما نشاهد مثلاً في العمل الإخراجي الإذاعي والتلفزيوني، وكما نلاحظ في محكمي مباريات كرة القدم أو السلة مثلاً، وغير ذلك من المهن التي تتطلب من ممارسيها الاتفاق على قواعد ضابطة لإيماءات وإشارات دون الحاجة للكلام. بل تعمل بعض المجتمعات قديماً على إيجاد لغة لها باستخدام الإشارات أثناء الحروب أو الأخطار.. واليوم نشاهد ذلك لبعض ذوي الاحتياجات الخاصة ممّن لا يستطيع الكلام.

٣- الإيماءات والإشارات المكتسبة Acquired gestures: تتولد معظم هذه الإشارات في المجتمع ولا يعرف لها أحد أصلاً، وغالب هذه الإشارات كما يذكر روجرز أكستل ليس لها معنى أو منطق، أو رابط، ولكن تتولد في مجتمع ما وتنتشر

على نطاق كبير بين أبنائه وتتوارثها أجياله (Axtell,198,P.5). لاشك أن هذه الإيماءات هي المقصودة هنا في هذا الكتاب الخاص بمهارات الاتصال، ذلك أنها تختلف من مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى، فما تعنيه هذه الإشارة أو تلك في مجتمع ما لا يعني أنها تعني الشيء نفسه في مجتمع آخر إذ نجد في أحايين كثيرة أنها تعني العكس تماماً، فقد يكون معناها في مجتمع ما نبيلاً، ويكون معناها في مجتمع آخر سيئاً.

تتعدد هذه الإشارات وتتنوع وتغطي تصرفات وسلوكيات شتى، فنستخدمها للتعبير عن الشكر، وعن الرفض أو القبول، وعن السلام والتوديع. وتكمن المشكلة في أن معانيها ليست عالمية في مجتمع أصبح عالمي يتقابل فيه أفراده بشكل يومي. وقد يقومون باستخدام الإشارات بشكل متناقض، فبينما يقصد شخصاً التودد والتقرب لشخص ما، يعتبرها الشخص الآخر الذي قَدِمَ من مجتمع مختلف أنها إشارات أقل ما يقال عنها تعوزها الحصافة والأدب. على سبيل المثال: تعودنا نحن العرب نتحدث مع بعضنا ونحن قريبين من بعض بل كلما كان الفرد منا مرتاحاً في الحديث مع الشخص الذي أمامه، قرب منه أكثر. القرب في المسافة عند الأمريكيين أثناء الحديث مثلاً يعد مزعجاً وقد يجعله قرب المسافة ينفر من الحديث مع الشخص الذي أمامه. وبينما نرى- نحن العرب - أنه لا بأس من مسك أحدنا ليد الآخر بصفتنا ذكوراً، يظن الغربي أن ذلك إشارة تدل على شذوذ الرجلين، وعندما تحدق المرأة البريطانية فيك كثيراً أثناء الحديث فهذا لا يعني سوى أنها متابعة للحديث معك. وبينما نحن العرب نستخدم إشارة أن المحل مقفل وذلك بفتح الكفين وأخذ كل كف للجهة الأخرى، تعني لبعض المجتمعات، خاصة في أمريكا الجنوبية العكس، أي أن المحل مفتوح. وبينما نحن لا نقبل أن يجلس الشخص أمامنا واضعاً قدميه في وجهنا، لا يعني ذلك لدى الأمريكيين شيئاً سيئاً.. وفي مجتمعات جنوب شرق آسيا ربما يؤدي ذلك إلى قتل الشخص الذي يقوم بها لأنها تعني ازدراء الشخص المقابل بشكل مهين.

• **طبيعة الاختلاف وحدوده:** لاشك أن الاختلافات بين المجتمعات في استخدام الإيماءات والإشارات كبيرة، وتشمل تقريباً كل الأشياء الأساسية التي يقوم بها الفرد دون أن يشعر بذلك، بعض هذه الإيماءات والتصرفات لابد للإنسان من استخدامها سواء أكان ذلك في الاستقبال والسلام أم في التوديع أم في كيفية الحديث. ومن هنا كان لزاماً التنبيه لمثل هذه الأمور الأساسية وكيف تتعامل معها الثقافات المختلفة. على سبيل المثال لو أخذنا طريقة السلام وكيفيته لوجدنا التالي:

إن الاختلاف في طريقة السلام تختلف من مجتمع لآخر، بل لو نظرنا لطريقة المصافحة والعناق لدى السعوديين وحدهم لوجدناها مختلفة من منطقة لأخرى، وربما من قبيلة لأخرى، فمنهم من يصافحك بشدة يكاد يحطم كفك وأصابعك، ومنهم من يحرك أصابعه في كفك أثناء السلام عليك، ومنهم من يُقبل أنفك، ومنهم من يأخذك يميناً وشمالاً دون أن يلامسك. هذا الاختلاف في مجتمع واحد فما بالك مع المجتمعات البشرية المختلفة، لكن وكما أن هناك تحية متعارف عليها في المجتمع السعودي تتمثل في المصافحة يداً بيد، أو التسليم على الخد، هناك أيضاً تحيات متعارف عليها في الثقافات الأخرى، ففي أسيا يستخدمون الانحناءة إشارة للترحيب والتقدير، وهناك عناق الصدر بالصدر كما نراها في الثقافة الهندية، والدول الإسلامية الأخرى في آسيا.

وهناك اختلافات أيضاً في قضية لمس الآخرين، فبينما نجد في ثقافات مثل: العربية، واللاتينية، والإيطالية، واليونانية، والأسبانية، والبرتغالية، وروسيا، وبعض دول أسيا، لا بأس من أن يلامس الواحد الآخر كأن يمسك يد صديقه في أثناء الحديث أو السير معه، أو أن يربت على كتفه، أو يضمه إليه؛ نجد هذا الأمر ممنوعاً في دول مثل اليابان والولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وبريطانيا، والدول الاسكندنافية، واستراليا، وأستونيا، ودول شمال أوروبا. (Axtel,1998,P.40) .

وينبغي ألا نستهين في الأمر إذ أنك ربما سوف تتهم باتهامات تتعلق بالتحرش الجنسي في هذه الدول التي لا تقبل ولا تجيز اللمس، كأن يتهم الأستاذ عند لمسه طالباً بأنه يتحرش جنسياً بطلابه

ومهما تكن الإيماءة أو الإشارة معروفة إلا أنك ستفاجأ بأن استخداماتها تختلف من مجتمع لآخر، وإنك قد تكون ضحية لها، لأنك تهين الشخص الذي أمامك دون أن تعرف، وتتحمل نتيجة لذلك علقة كبيرة وربما تقتل. تصور حتى علامة النصر التي تأتي على شكل حرف V باللغة الإنجليزية تختلف في معناها في كون قبضة يدك للخارج أم للداخل، فإذا كانت قبضة يدك للداخل فتعني في بريطانيا إشارة قذرة، وهكذا.

• **التعامل مع الإشارات والإيماءات:** عندما تقرر السفر إلى دولة ما سواء أكان ذلك في عمل، أم دراسة، أم حتى زيارة سياحية فعليك بالتالي:

١- التعرف قدر الإمكان على استخدامات الإشارات والإيماءات في الدولة التي تريد السفر إليها، خاصة تلك الإشارات والاستخدامات غير اللفظية التي من المتوقع أن يستخدمها الإنسان للضرورة، كطريقة السلام وإلقاء التحية.

٢- ابتعد قدر الإمكان عن استخدام الإشارات والإيماءات بمفهومها في بلدك أو ثقافتك.

٣- لا تفسر استخدامات الإشارات والإيماءات التي تتلقاها بالمعنى نفسه في بلدك ولا تتعجل في ذلك فتظن أن فيها إساءة لك وهي غير ذلك.

٤- حاول أن تراقب تصرفات الناس وكيف يتعاملون في السلام، وإلقاء التحية، والإشارات الأخرى، ولا بأس من السؤال عما يشكل عليك.

.(Axteel,1998,P;Pease,2004;Morrison and Conavay,1995)

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: درست ثقافة العيب والعار واختلافها باختلاف الثقافات والشعوب، كيف تستطيع أن تتجنب إهانة شخص وإشعاره بالعيب، خاصة في مجتمعات جنوب شرق آسيا؟

الإجابة

السؤال الثاني: ماذا يعني النظر إلى الثقافات الأخرى من خلال ثقافتك؟

الإجابة
.١ .٢ .٣ .٤

السؤال الثالث: كيف يمكن لك أن تنفتح على الثقافات الجديدة؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

تمعن جيداً عندما يرغب زميل أن يسألك الحصول على شيء مهم، أو يريد إخبارك بموضوع على درجة عالية من الأهمية كيف يبدأ الحديث؟، وكم من الوقت يستغرق حديثكما قبل أن يحدثك بشكل واضح عن الموضوع؟، ما الأشياء التي يتطرق لها قبل الدلوف إلى الموضوع؟.

تدريب (٢)

حاول أن تتذكر مواقف ارتكبت فيها عيباً أياً كان نوعه، ما أول ما يتبادر إلى ذهنك؟، وهل فكرت في الأهل والأصدقاء والجيران أولاً؟، أم شعرت بالذنب الداخلي بغض النظر عن الآخرين؟.

تدريب (٣)

إذا سبق لك السفر لإحدى البلدان غير الإسلامية، صف تجربتك، ماذا شدك فيها؟، وهل رأيت أشياء مخالفة لما تربيت عليه؟، كيف نظرت إليها؟، وكيف كان ينبغي عليك أن تنظر إليها؟.

تدريب (٤)

حاول أن تتذكر حالة رأيت فيها أحد زملائك أو جيرانك أو أقاربك وقد ارتكب جرماً ما، بناءً عليه دخل السجن، ثم خرج منه، كيف كانت نظرتك له قبل دخول السجن؟، وكيف أصبحت بعد خروجه من السجن؟، وكيف تتعامل معه الآن؟، بعد قراءتك لهذا الفصل، كيف يمكن لك أن تنظر إليه؟.

معجم المصطلحات

الاتصال الأسري Family communication : يقصد به الاتصال بين أفراد الأسرة الواحدة، ويعد من أهم أنواع الاتصال اليوم، ذلك أن صحة الأسرة ونضوج أبنائها معرفياً ونفسياً وعلمياً وصحياً يعتمد بشكل كبير على طبيعة الاتصال داخل الأسرة.

الاتصال التنظيمي Organizational Communication : هو الاتصال الذي يتم داخل المنظمات أو المنشآت سواء أكانت خاصة أم حكومية، وهو اتصال يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات والاتصالات بين المستويات الإدارية المختلفة في المنشأة.

الاتصال الجماهيري Mass Communication : الاتصال بمجموعات كبيرة غير متجانسة من البشر عبر قنوات اتصالية في اللحظة نفسها، سواء أكان عبر وسائط الاتصال الطباعية مثل: الصحف، والمجلات، أم عبر الوسائل السمعية مثل: الإذاعة، أم الوسائل المرئية مثل: التلفزيون، والقنوات الفضائية، أم عبر الوسائط الاتصالية الحديثة مثل: الإنترنت.. والعبرة هنا، أن قصد المرسل الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس في أماكن عدة.

الاتصال الجمعي أو العام Public Communication : يُعنى به الاتصال المواجهي Face-to-Face الذي يحدث بين شخص وعدد كبير من الجمهور في مكان محدد ووقت معين ويأخذ أشكالاً متعددة منها: الخطب، والندوات والمؤتمرات، والمحاضرات.. إلخ.

الاتصال الذاتي Intrapersonal Communication: وهو الاتصال الذي يتم بين الإنسان وذاته.. ويقوم الإنسان بهذا الحوار الداخلي بينه وبين نفسه من أجل مراجعة النفس والأفكار والمشكلات والوقوف معها مواقف تأملية وتصحيحية.

يأتي الاتصال الذاتي في اللغة الإنجليزية تحت مسمياة عديدة مثل: الحوار الذاتي Self-Dialogue، والحوار الداخلي Inner-Dialogue، وبعض الباحثين يضم إلى الاتصال مع الذات ما يسمى بالاتصال ما وراء الذات Transpersonal Communication والذي يعني الاتصال الروحي أو الاتصال بالله سبحانه وتعالى ومناجاته.

الاتصال الشخصي Interpersonal Communication: وهو الاتصال بين شخصين إلى خمسة، وكلما زاد العدد قلت عملية التواصل الحميمية وضعفت القدرة على تواصل الأفراد مع بعضهم.. ويعد هذا الاتصال من أكثر أنواع الاتصال قدرة على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات نظراً لخصائصه المتعددة.

الاتصال عبر الثقافات Cross-cultural communications: ويقصد به الاتصال والتواصل مع الآخرين من الثقافات الأخرى والتي قد تكون مختلفة في الدين والعرق واللغة والعادات والتقاليد.

الاتصال غير اللفظي Nonverbal Communication: بينما يقوم الاتصال اللفظي بإيصال المعلومات، يقوم الاتصال غير اللفظي بإيصال القيم والشعور والاتجاهات، ويشمل: لغة الجسد: من اتصال العيون، وتعابير الوجه، وحركات الجسد، والإيماءات، والإشارات، ودرجة الصوت، وطبيعة الوقفة، ومن المسافة الشخصية وهي درجة القرب أو البعد من الطرف الآخر.

الاتصالات الرديئة داخل الأسرة Communication pitfalls: ويقصد بها بعض الحالات من الاتصال الرديء الذي يتم داخل الأسرة وينبغي الحذر من الوقوع فيه.

الإدراك الانتقائي Selective perception : ويقصد به أن المتلقي يدرك الرسالة وفقاً لاتجاهاته ومشاعره وميوله.. بمعنى أنه يبحث في الرسالة عما يؤكد توجهاته وسلوكياته.

إستراتيجية المساعدات التبادلية Reciprocal Helping : تعتمد هذه الإستراتيجية على تقديم خدمات مهمة لشخص ترغب أنت فيما بعد أن يحقق لك طلباً، لذا ينبغي أن تتم مساعدتك له في موضوعه قبل أن تطلب منه طلبك والذي ينبغي أن يتم فيما بعد.

إستراتيجية باب المواجهة Door-in-the Face : تعتمد هذه الإستراتيجية على أن تقوم بتقديم طلب كبير وثقيل من المتلقي عارفاً أنه لن يلبيه أو على الأقل لا يستطيع تلبيته، وبعد أن يتم رفض هذا الطلب، توجه له الطلب الثاني، وهو الطلب الأساس، أو الطلب الذي تريد تحقيقه، وهو طلب في متناول المتلقي وأسهل كثيراً من الطلب الأول.

إستراتيجية موطئ قدم Foot-in-the door : تقوم هذه الإستراتيجية على أساس أن تقدم للمتلقي طلباً يسهل عليه أن يلبيه لك دون حرج كان، بعد أن يوافق المتلقي على الطلب الأول، تقدم له الطلب الثاني وهو الهدف الأساس.

الاستمالات التخويفية: تُعنى بمدى قدرة المرسل على استخدام التخويف في التأثير على تغيير الاتجاهات والسلوكيات للمتلقين، وما طبيعة الدرجة التخويفية التي يفضل استخدامها.. مثلاً: مدى إبراز صور بشاعة منظر، وصور الجرحى والقتلى في الحوادث المرورية.

الاستمالات العاطفية والرسائل المنطقية: تعتمد الأولى على استخدام العواطف والجماليات الإنسانية إذ يتم تركيز الرسالة الإقناعية على نواحي الشكل والجمال والراحة والرفاهية للسلعة، بينما تركز الاستمالات العقلية أو المنطقية على استخدام

العقل والمنطق؛ لذا يتم توضيح سعر السلعة ومتانتها وقدرتها مما يتيح للإنسان التفكير في مزاياها مقارنة بغيرها.

الإصغاء النشط Active Listing: ويقصد به الإصغاء بشكل جاد، تعطي من خلاله المتحدث الفرصة في الحديث مع إصغاء تام لما يقول وتفاعل مشاعري، دون أن تفكر في طريقة الرد عليه أو ماذا سوف تقول بعد انتهائه من حديثه، مع احترام وجهة نظره، سواء كنت تؤيدها أو لا.

الإصغاء: هو التركيز وتفاعل القلب والمشاعر مع المتحدث.

الانتباه الانتقائي Selective attention: ويقصد به أن المتلقي يصغي في الرسالة التي يتلقاها ما يحب أن يصغي وينتبه له ويهمل ما عداه أو لا يركز عليه.

الإنصات: يُعنى به السكوت والاستماع للحديث.. وهو حُسن الاستماع للحديث أي أنه السكوت والاستماع بتفرغ.

الإيماءات التقنية أو المشفرة Coded gestures: وهي الإشارات التي يتم الاتفاق عليها وفق قواعد وضوابط مهنية احترافية، كما نلاحظ مثلاً بين محكمي مباراة كرة القدم أو السلة.

الإيماءات الغريزية Instinctive gestures: هي إيماءات نستخدمها دون وعي منا وتحدث للطفل الرضيع عندما يحس بالخوف مثلاً.. ففي جميع التصرفات يتصرف الناس بالشيء نفسه فمثلاً: عندما يحيون بعضهم بعضاً يرفعون الحاجب مع تجعيد الجبهة أو تغضينها، وهي إشارة للانفتاح على الآخر.. وعندما نفاجأ بشيء ما نضرب على رأسنا أو نفتح أفواهنا من هول المفاجأة.

الإيماءات والإشارات المكتسبة Acquired gestures: تتولد معظم هذه الإشارات في المجتمع ولا يعرف لها أحداً أصلاً، وغالباً ليس لها معنى أو منطق أو رابط ولكن تتولد في مجتمع ما وتنتشر على نطاق واسع بين أبنائه وتتوارثها أجياله.

التذكر الانتقائي Selective Retention : ويقصد به أن المتلقي حتى لو تعرض للرسالة وانتبه لها، وأدركها كما يريد المرسل، فإنه بعد فترة من الزمن سوف يتذكر ما يتفق من الرسالة مع اتجاهاته وميوله وينسى ما لا يتفق معها.

التشويش أو التداخل Noise & Interfernce : يقصد به حدوث تشويش على العملية الاتصالية يؤدي إلى تحريف في مضمون الرسالة، ويحدث في الاتصال المواجهي كما يحدث في الاتصال الجماهيري وبطرق مختلفة. وقد يكون التشويش مادياً من البيئة المحيطة بالعملية الاتصالية مثل: أصوات السيارات، أو في الشخص نفسه مثل: زلات اللسان، وقد يكون التشويش نفسياً كأن يكون المتلقي مشغولاً بشيء ما، أو نتيجة للتشويش الدلالي حيث اختلاف معاني الكلمات بين المرسل والمتلقي، أو التشويش المتعلق بالتقنية في قنوات الاتصال مثل تشويش خطوط الهاتف أو المشكلات السمعية لدى الإنسان.

التعرض الانتقائي Selective exposure : ويقصد به أن المتلقي يتعرض للرسائل أياً كان مصدرها بشكل انتقائي، فيشاهد، ويسمع، ويقرأ ما يريد ويتجنب ما لا يريد.

التفاوض التعاوني Co-operative negotiations : ويجري عادة في جو أكثر تعاونية، ويهدف طرفاه إلى الوصول لحل مشترك لمشكلة أو نزاع قائم، فكل طرف لديه الاستعداد لعمل تنازل مناسب، إنهم يبحثون عن حل وسط.

التفاوض التنافسي Competitive negotiations : يجري عادة في جو يميل إلى العدائية، وكل طرف يحاول أن يخرج منتصراً نصراً حاسماً على الطرف الآخر.

الجدال : يُعنى بالجدل مقابلة الحجة بالحجة، وفيه مخاصمة ومناظرة وتمسك بالرأي بل ربما تعصب له. هناك من يرى أن كل جدال حوار، وليس كل حوار جدال، لكن ربما تحوّل الحوار إلى جدال. والجدال نوعان ممدوح ومذموم، فالممدوح الذي يقرر الحق، والمذموم الذي يقرر الباطل.

الجمهور العدائي Hostile audience : هذا النوع من الجمهور يعارضك على الملأ أثناء إلقائك حديثك، وربما يعمل بنشاط ضدك ليفسد عليك حديثك، وليبدأ معك جدلاً لا ينتهي.

الجمهور غير المبالي Indifferent audience : هذا النوع من الجمهور يفهم الموضوع المطروح، ولكنه غير مهتم بالنتائج فهي له غير مهمة.

الحوار Dialogue : يُعنى بالحوار المراجعة والتجاوب وهو يتم بين طرفين أو أكثر لعرض الآراء في قضية أو مسألة متنازع عليها، ويهدف للوصول إلى نتيجة محددة، وينبغي أن يتم الحوار وفق آداب تحتم على الأطراف المتحاورة تبادل الآراء ومراجعتها بهدوء دون استئثار طرف على آخر.

خارطة التكيف الثقافي Cultural Adjustment Map : على غرار أهمية وجود خرائط جغرافية للفرد عند سفره إلى أماكن بعيدة، يقترح بعض علماء الاتصال عبر الثقافي أن يكون لديه خريطة تكيف ثقافي عند زيارته لثقافة جديدة.

رجع الصدى أو التغذية المرتدة Feedback : ويقصد به ردة الفعل من الطرف الثاني في عملية الاتصال، وهي سريعة وآنية في الاتصال المواجهي، أو الاتصال عبر المحادثة في الإنترنت، وبطيئة في الاتصال الجماهيري في الغالب.

الرسائل ذات الجانب الواحد وذات الجانبين: يقصد بذات الجانبين الرسائل التي تقدم وجهات النظر التي يؤيدها المرسل وتلك التي لا يؤيدها، أما ذات الجانب الواحد فتركز على ما يراه المرسل صواباً.

الرسالة Message : تتكون من رموز تتمثل في الكلمات المكتوبة أو المنطوقة أو الإشارات أو الصور أو الموسيقى.. إلخ، وبالتالي فالرسالة هي المعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها إلى الآخرين عبر تلك الرموز.

السماع والاستماع: يُقصد بالسماع: سماع الشيء حتى لو لم يكن عن قصد.. فالشخص قد يجد نفسه يسمع شيئاً لم يكن يرغب في سماعه. أما الاستماع: فيُقصد به السمع من أجل الاستفادة.

الصدمة الحضارية Culture shocks: عندما يغادر الإنسان بيئته التي عاش فيها إلى بيئة أخرى خاصة إذا كانت مختلفة كثيراً عن بيئته وثقافته، يشعر بصدمة، يطلق عليها الصدمة الحضارية.

طريقة SQR3 للقراءة: تعد من الطرق المهمة التي تساعد على فهم واستدراك ما تتم قراءته، وهي تمثل الحروف الأولى من خمس كلمات باللغة الإنجليزية هي: Survey، Question، Read، Recit، Review.

طريقة النص الواحد The one-Text procedure: تستخدم عندما يصعب إجراء مفاوضات مباشرة بين طرفين نظراً للحالة العدائية بينهما Antagonistic، فإن التحاور عن طريق طرف ثالث محايد يُقبل من الطرفين يُعد الحل لذلك.

الفردية والجماعية Collectivism & Individualism: يختلف العالم في نظرته لدور الفرد والجماعة، فبينما نجد ما يقارب من ثلاثة أرباع العالم يقدم مصلحة الجماعة على مصلحة الفرد، نجد الثقافة الغربية وبالذات الأمريكية تقدم مصلحة الفرد على الجماعة.

اللغة الجانبية Para Language: ويقصد بها عناصر الصوت المرافقة للكلمات أو الحديث، أو طريقة نطقنا للكلمات، وينظر إليها منفصلة عن المضمون اللفظي. وتشمل عناصر مثل: طبقة الصوت، وسرعته، ورنينه، وإيقاعه، وغير ذلك من الإشارات الصوتية التي تعطي للكلمات اللفظية معاني مختلفة.

المحاكاة Simulations: يرى بعض العلماء أن المحاكاة تُعنى بأدوار طبيعية يمكن أن تواجه المتعلم أو أدوار يمكن أن تواجهه في الحياة اليومية مثل: التخاطب مع مدير

المدرسة، أو أستاذ الفصل، أو الطبيب.. وغير ذلك. بينما لعب الأدوار فيُعنى بأدوار لا يمكن أن يلعبها في الحياة العادية مثل قيامه بتمثيل شخصية تاريخية أو كرتونية.. وهناك من لا يفرق بينهما.

المحيط الاتصالي Context : يقصد به السياق الأساسي الذي تتم من خلاله عملية الاتصال ويشمل البعد المادي أو بيئة الاتصال المادية من ديكورات ومبان وإضاءة، والبعد النفسي والاجتماعي، والذي يشمل العادات والتقاليد والقيم، والبعد الزمني سواء أكان مختصاً بالتوقيت أم التاريخ، فمثلاً هناك أوقات لا يصح فيها الاتصال إلا للضرورة القصوى، وما يصح في زمن قد لا يصح في آخر.

المستقبل Receiver : هو المتلقي الذي يقوم بتحليل الرسالة التي تصل إليه أو يتعرض لها ويترجمها وفق إطاره الدلالي وخبراته وتجاربه السابقة، ثم يقوم بتفسيرها وفق فهمه لها.

المصداقية Credibility : تعد المصداقية من أهم خصائص المرسل أو المتحدث، والشخص المقنع هو ذلك الفرد الذي يتسم بالمصداقية. تتكون المصداقية من: الخبرة والمعرفة، ومن الموثوقية والأمانة، ومن الحركية والنشاط.

المصدر أو المرسل Sender : هو الشخص الذي يقوم بالحوار بداية فيضع أفكاره ورؤاه على شكل رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده بهدف تحقيق أثر معين، وقد يكون القائم بالاتصال شخصاً عادياً أو معنوياً كأن تكون شركة أو مؤسسة ما، كما أن المرسل قد يكون المصدر نفسه أو يكون شخصاً آخر يوعز المصدر له بإرسال الرسالة.

معوقات الإصغاء Blocks to Listening : ويقصد بها معوقات الإصغاء الفعال التي نمارسها يومياً أثناء استماعنا للآخرين.. وهي معوقات علينا الانتباه لها ومحاولة التدرب على الابتعاد عنها وتشمل مقارنة النفس بالآخرين أثناء حديثهم، محاولة قراءة

فكرهم، التفكير في الرد عليهم أثناء حديثهم، الإصغاء لبعض ما يقولون، والحكم المسبق، والسرحان... وغير ذلك.

مفهوم الذات Self-Concept: يتكون من عنصرين هما: **تصور الذات** self-Image والذي يعني الصورة التي يشكلها الفرد عن نفسه، **واحترام الذات** self-Esteem وهي القيمة التي يضعها الإنسان للصورة التي يشكلها عن نفسه.

مهارة العصف الذهني، أو استمطار الأفكار Brain storming: ويقصد به مهارة العصف الذهني من أجل توليد أفكار إبداعية من المشاركين في جلسة العصف لمعالجة موضوع معين وذلك في وقت محدد.

مهارة حل المشكلات واتخاذ القرار Problems Solving: تعد من أهم المهارات التي ينبغي لرب الأسرة تعويد أبنائه وبناته عليها، وهي مجموعة من العمليات التي يقوم بها الشخص معتمداً على معلوماته ومعارفه السابقة للتغلب على موقف بشكل جديد، وغير مألوف له في السيطرة عليه.

مهارة لعب الأدوار Role play: تستخدم هذه المهارة في التعليم وحل المشكلات خاصة للأطفال والمراهقين.. وبالرغم من قدم هذا المفهوم إلا أن تعريفه مازال غير متفق عليه بين الباحثين، إذ يرى بعضهم أن لعب الأدوار، والمحاكاة، واللعب Games، واستخدام الدراما تعني الشيء نفسه ولكن مؤلف الكتاب هنا يفرق بينها.

نموذج أسلوب الارتجال المخطط له The extemporaneous method: يقوم المتحدث هنا بالمزج بين النماذج السابقة فهو يمثل نموذجاً وسطاً.. يلتزم المتحدث بالتحضير والتخطيط مع الاعتماد على الذاكرة.

نموذج أسلوب الحفظ The memorized method: يقوم المتحدث هنا بحفظ الكلمة التي سوف يلقيها.. ويعد هذا الأسلوب من أسوأ النماذج الإلقائية ذلك أن المتحدث يحول النص المكتوب إلى لغة شفاهية.. ولكن الجمهور يكتشف بسرعة أنه يسمع نصاً

مكتوباً.. عندها يشعر بالملل والسأم من الحديث.. كما أن المتحدث عرضة لأن ينسى كلمة فتحدث مشكلات في حديثه.

نموذج الأسلوب الارتجالي Impromptu method : ويقصد به ارتجال الكلمة.. ويعرف أيضاً بأسلوب اللحظة ، ويحتاج الإنسان لهذا النوع من الإلقاء في مواقف آنية شتى ، فتحتاج إليه في جلسة عمل ، أو في نقاش عام ، أو للتعقيب على خطاب أو كلمة معينة. ويعد من أصعب النماذج ، ويحتاج للتدرب عليه.

نموذج القراءة من نص مكتوب Reading method : يحتاج إليه المتحدث في بعض المواقف الحساسة التي لا تتحمل الخطأ أو الخروج عن كلمات محددة ، مثلاً في المواقف السياسية.

الوسيلة Channel : هي الأداة أو القناة التي تنقل من خلالها الرسالة من المرسل إلى المتلقي.. وهي قنوات تختلف باختلاف طبيعة الاتصال.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

القرآن الكريم.

الحديث النبوي الشريف.

أبو بكر، مصطفى والبريدي، عبد الله. (٢٠٠٨) **الاتصال الفعّال: مدخل إستراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال**. الإسكندرية: الدار الجامعية.

الباني، ريم. (٢٠٠٩). **ثقافة الحوار لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض ودورها في تعزيز بعض القيم الخُلقية دراسة ميدانية في مدينة الرياض**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

بكار، عبد الكريم. (٢٠٠٩). **التربية بالحوار**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

تركستاني، أحمد. (٢٠٠٧). **مدخل إلى الاتصال الإنساني**. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص١- ٢٩). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

جمبي، حنان. (٢٠٠٧). التواصل مع الذات. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص٣١- ٥٤). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

الجنيدي، عبد الملك. (٢٠٠٧). السيرة الذاتية والمقابلة الشخصية. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص٢٠٣- ٢٢٣). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

الجهني، عيد. (٢٠٠٧). الاتصال في المجموعات الصغيرة. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص١٦٧- ١٨٩). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

الحازمي، خليل. (٢٠٠٩). **الحوار الوطني ودوره في تعزيز الأمن الوطني للمملكة العربية السعودية**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

حجاب، محمد. (٢٠٠٨). **مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة**. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

الحسن، حسن. (١٩٩٣). **التفاوض والعلاقات العامة**. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

حلمي، مصطفى. (٢٠٠٧). التدريب على فن الإنصات. http://www.paate.edu.kw/Futuremarkers/Fm-23-2007/22.html

حمزة، مختار. (١٤٠٢). **مشكلات الآباء والأبناء**. جدة: دار البيان العربي.

الخالدي، عبد الله. (٢٠٠٧). إعداد وكتابة الرسائل والتقارير. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص٢٢٥- ٢٥٦). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

خوجة، محمد. (٢٠٠٩). **الحوار آدابه ومنطلقاته وتربية الأبناء عليه**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

الزبيدي، محمد. (١٩٨٤). **تاج العروس من جواهر القاموس- الجزء الحادي والعشرون**، وزارة الإعلام، الكويت.

السديري، نجود. (٢٠٠٧). الاتصال الكلامي. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص٥٥- ٨٨). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

شحرور، عبد القادر. (٢٠١٠). **حاسة السمع في القرآن العزيز**. Http://www.alquran-Network.net/kayfa/&.htm

الشويعر، محمد والصقهان، عبد الله. (١٤٢٦هـ). **قواعد ومبادئ الحوار الفعّال**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

آل الشيخ، سليمان. (٢٠٠٧). الاتصال الشخصي وبناء العلاقات الإنسانية. لسعد المسعود (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص١٣١- ١٦٦). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

الصاعدي، محمد. (٢٠٠٧). الاتصال مع الجمهور. لسعد المسعود (تحرير). **مهارات الاتصال**. (ص ص١٩١- ٢٠٢). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

الطويرقي، عبد الله. (١٩٩٣). **علم الاتصال المعاصر**. (الطبعة الثانية). جدة: مكتبة دار زهران.

عايش، محمد. (٢٠٠٣). **الكتابة للعلاقات العامة**. الطبعة الثانية. بيروت: برجي.

العوفي، عبد اللطيف. (٢٠١١). **حملات التوعية الإعلامية**. (الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية). الرياض.

العوفي، عبداللطيف. (٢٠١٠)[١]. **الصورة الذهنية لهيئة الهلال الأحمر في السعودية-** دراسة ميدانية وتحليلية. الرياض: هيئة الهلال الأحمر السعودي.

العوفي، عبداللطيف. (٢٠١٠)[٢]. **الخطة المتكاملة لمراحل تنفيذ حملة عن هيئة الهلال الأحمر في السعودية**.

العوفي، عبد اللطيف. (١٩٩٤). التلفزيون والطفل: ماهية الوسيلة وكيفية القراءة. **مجلة جامعة الملك سعود**، الآداب (٢٢) ص ص٥٩١- ٦٧١.

فلمبان، خلال. (٢٠٠٩). **دور الحوار التربوي في وقاية الشباب من الإرهاب الفكري.** الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

القحطاني، جواهر. (٢٠٠٩). **دور الأسرة السعودية في تنمية الحوار لدى الأبناء من منظور تربوي إسلامي.** الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

القوسي، مفرح. (٢٠٠٩). **ضوابط الحوار في الفكر الإسلامي.** الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

المزيني، إبراهيم. (٢٠٠٩). **التعامل مع الآخر شواهد تاريخية من الحضارة الإسلامية.** الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

المسعودي، سعد. (٢٠٠٧). الإنصات (الاستماع). لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال.** (ص ص١١٥- ١٢٩). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

مطاوع، أنمار. (٢٠٠٧). الاتصال غير الكلامي. لسعد المسعودي (تحرير). **مهارات الاتصال.** (ص ص٨٩- ١١٣). جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

منصور، محمد وعبد السلام، فاروق (١٤١٠٩. **النمو من الطفولة إلى المراهقة.** جدة، تهامة: الكتاب الجامعي، الطبعة ٤.

مولوي، محمد. (١٤١٥). **كيف يربي المسلم ولده.** الدمام، رمادي للنشر.

الهيتي، عبد الستار. (٢٠٠٤م). **حوار الذات والآخر.** قطر، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.

يوسف، محمد. (١٤١١). **كيف يتعامل الآباء والمعلمون مع المراهقين لمساعدتهم على التكيف الاجتماعي.** القصيم، اللجنة الثقافية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Adams, P. (2005) .**The boundless self Communication in physical and virtual spaces**. Syracuse, New york, Syracuse university press.

Ajzen, I. (n.d.). **The theory of planned behavior**. Retrieved March 28,2008, from http://people.umass.edu/aizen/tpb.html.

Anonymaus. (1993). Talking and Listening. **The international Journal of Bank Marketing**, vol.11, #5, PP.23-26.

Axtell, R. (1993). **Do's taboos around the world.** (3rd ed.). Newyork, A Benjamin book and john wiley & Sons, Inc.

Axtell, R: (1998). **Gestures**. (2nd ed.). Newyork: John wiley & sons, Inc.

Bazerman, M. H., Curhan, J. R., Moore, D. A., & Valley, K. L. (2000). Negotiation. **Annual Review of Psychology**,51, 279-314.

Beaver, D. (2008). Your audience needs to know who you are. **ABA Banking Journal**, vol.100,#4, P.47.

Bird,G.; Stith, S., and Schladala, J.(1991).Psychological resources, coping strategies, and negotiation styles as discriminators of violence in dating relationships. **Family Releations**, Vol.41 PP.318-323.

Brett, J. M. (2000). Culture and negotiation. **International Journal of Psychology**,**35**, 97-104.

Brett, J. M. & Gelfand, M. (2005). A cultural analysis of the underlying assumptions of negotiation theory. In L. L. Thompson (Ed.), **Frontiers of social psychology**: **Negotiations** (PP.173-202). New York: Psychology Press.

Bruce, H.(1988). **Exercises for media writing.** Second edition. Belmont, CA: Wadsworth publishing company.

Burleson, B. (2003). Emotional support skills. In J. O. Greene & B. R. Burleson (Eds.), **Handbook of communication and social interaction skills** (PP.551-594). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Burley-Allen, M. (1995). **Listening: the Forgotten skill.** (2nd ed). New york: John wiley & sons, Inc.

Cole, R. (2009). **Haw to be super reader**. London: piatkus.

Codrill, J. and Bough, B. (2007). **101 ways to Improve your communication skills instantly**, 4th edition. San Antonio, Goal Minds, Inc.

Conley, D. (2003).**Understanding University success**. Eugene,: Center for educational policy research, University of Oregon.

CVTips.Com(1).(2008). **The basics of a good CV**.
www.cvtips.com/basics_of_ good_cv.html.

CVTips.Com(2).(2008). **CV heading**. www.cvtips.com/cgi-bin/cv.PL?action.

CVTips.Com(3).(2008).**Why write a CV?**.
www.cvtips.com/why _write_a_cv.html.

CV Tips. Com (4). (2008). **Writing of a CV**. www.cvtips.com/writing_of_a_cv.html.

Davis, M., Paleg, K. and Fanning, P. (2004). **The Messages work book.** Oakland, CA: New Harbinger Publications.

De Dreu, C., Beersma, B., Stroebe, K., & Euwema, M. (2006). Motivated information processing, strategic choice, and the quality of negotiated agreement. **Journal of Personality and Social Psychology**,90, 927-943.

Dillard, J. (2010). Persuasion. In C. Berger, M. Roloff & D. Roskos-Ewoldsen (Eds.), **The handbook of Communication science**, (2nd ed., PP.203-218). Thousand Oaks, CA: Sage.

Eggert, M. (2007). **Perfect CV**. London: Random House books.

Elmer,D.(2002). Cross-Cultural Communication: **Stepping out and fitting in around the world**. U.S.A Intervarsity Press.

Faulkner, L. (2009). Speek, Listen, and Connect. **Rough Notes**, vol. 152,#7, PP.26-27.

Flexer, C. (1999). **Facilitating hearing and listening in young children**. San Diego, CA: Singular.

Hample, D. (2003). Arguing skill. In J. O. Greene & B. R. Burleson (Eds.), **Handbook of communication and social interactive skills** (PP.439-478). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Hernandez, A. Kaplan, M. & Schwartz, R. (2006). For the sake of argument. **Educational Leadership**, vol.64 #2, PP.48-52.

Heylin, A. (1991). **Putting it across**. London: Duncan Petersen Publishing Ltd.

HighBeam Research. (2005). **Tips for writing Essays**. Http:// www.infoplease.com/homework/hwessays.html.

HighBeam Research. (2005). **How to write a persuasive essay**. http:// www.infoplease.com/homework/writing skills7.html.

Koerner, A. (2010). The scientific investigation of martial and family Communication. In C. Berger, M. Roloff & D. Roskos-Ewoldsen (Eds.), **The handbook of Communication science**, (2nd ed., PP.471-488). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kim, M. (1994). Cross-cultural comparisons of the perceived importance of conversational constraints. **Human Communication Research**,21, 128-151.

Kim, Y. (2010). Intercultural Communication. In C. Berger, M. Roloff & D. Roskos-Ewoldsen (Eds.), **The handbook of Communication science**, (2nd ed., PP.453-470). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kim, Y.(2008). Intercultural personhood: Globalization and a way of being. **International Journal of Intercultural Relations**, 32, 359-368.

Kim, Y. (2005). Adapting to a new culture: an integrative communication theory. In W. Gudykunst (Ed.), **Theorizing about intercultural communication** (PP.375-700).

Kim, Y. & Braun, V. (2002). **Host communication competence and psychological health: a study of Turkish workers adaptation in an American-German host environment**. Paper presented at the annual conference of the international Communication Association, Seoul, Korea.

Kim, Y. & Kim, Y. (2004). The role of host environment in cross- cultural adaptation: a comparison of American expatriates in South Korea and their

Korean counterparts in the United State. **Asian Communication Research,** 1(1), 5-25.

Koerner, A. & Fitzpatrick, M. (2004). Communication in intact families. In A. Vangelisti (Ed.), **Handbook of family communication** (PP.177-195). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Koerner, A. & Fitzpatrick, M. (2006). Family communication patterns theory: a social cognitive approach. In D. Braithwaite & L. Baxter (Eds.), **Engaging theories in family communication: multiple perspectives** (PP.50-65). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kotzian, P. (2007). Arguing and bargaining in international negotiations: On the application of the frame-selection model and its implications. **International Political Science Review** 28, 79-99.

Lakhani, D.(2008). **Subliminal persuasion**. Hoboken, New Jersey: John Wiley & sons, Inc.

Larocque, P.(2003). **The book on writing**. Oak park, IL, Marion street press, Inc.

Lauren, K. & Duncan, M. (1989). **Mastering the message: media writing with substance and style**. Belmont, CA: Wadsworth publishing.

Lee,B., and Chen,L.(2000).Cultural Communication Competence and psychological adjustment. **Communication Research**,27, PP.746-792.

Lepoire, B. (2006). **Family Communication nuturring and Control in a changing world.** CA: Thousand Ooks, Sage.

Lepoire, B. (2006). **Family Communication**. London: Thousand Oak, sage Publications.

Leutenberg, E. and Liptak, J. (2008). **The Communication skills workbook**. Duluth, MN, whole person associates.

Levan, G. (2007). Happy families: self-mediation skills to resolve differences. **Estate Planing**. Vol.34,#8, PP.26-29.

Luft, J. (1970). **Group processes: an introduction to group dynamics**. Palo Alto, CaLif: Mayfield.

Martian, J., & Nakayama, T. (1999). Thinking dialectically about culture and communication. **Communication Theory,** 1, 1-25.

McElhaney, J. (2009). The Arsenal of persuasion, **ABA journal**, vol. 95,#7, PP.24-25.

Mckay, M., Davis, M. and Fanning, P. (1995). **Messages the Communication Skills book**. (2nded.). USA: New Harbinger Publication, Mc.

Mckee, L. (2006). Speed-reading for trainers. **Training Journal**, PP.46-49.

McNaughton,D, Hamlin,D. McCarthy, J., Head-Reeves,D., and schreiner, M. (2007). Learning to Listen; teaching an active Listening strategy to preservice education professionals. **Topics in Early Childhood** (special edition), vol. 27#4, PP.223-231.

Moravcsik, J. & Kintsch, W.(1993). Writing quality, reading skills, and domain knowledge as factors in text Comprehension. **Canadian Journal of Experimental psychology**. Vol. 47,#2, P.360.

Nisbett, R.(2003). **The geography of thought: How Asians and Westerners think differently ... and why**. New York: Free Press.

Olekalns, M., & Weingart, L.(2008). Emergent negotiations: Stability and shifts in negotiation dynamics. **Negotiation and Conflict Management Research,** 1, 135-160.

Pease, A. & Pens, B. (2004). **The Definitive book of Body Language**. New york, A Bantam Book.

Philipsen, G.(2002).Cultural communication. In W. Gudykunst & B. Mody (Eds.), **Handbook of international and intercultural communication** (2nd ed., PP.51-68). Thousand Oaks, CA: Sage.

Pihulyk, A. (2003). Communication with clarity. **The Canadian Manager**, vol. 28#2, P.12.

Pitts,M.(2007).**Short-term adjustment and intergroup relations among U.S. American student sojourners: Applying theory(ies) to practice**. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, San Francisco.

Pomeroy, A. (2007). Communication skills essential for leaders. **HR Magazine**, vol.52,#12, P.10.

Rieke, R. and Sillars, M. (1984). **Argumentation and the decision making process**, second edition. U.S.A. Scott, Fores man and company.

Rivers, D.(2008). **The seven challenges workbook cooperative Communication skills for success at home and at work**. (6thed.). Berkeley, California: human development books.

Robards, B. (1989). **The basic media writing course**. Paper presented at the annual meeting of the speech communication association. CA; San Fran Cisco.

Robinshow, H. (2007). A cquisition of learning, Listening and speech skills by and during Key stage 1. Early **child Development and Care**, vol.177, 6& 7, PP.661-678.

Roloff, M. E., & Miller, C. W. (2006). Mulling about family conflict and communication: What we Know and what we need to know. In L. Turner & R. West (Eds.), **Family communication: a reference of theory and research** (PP. 143-164). Thousand Oaks, CA: Sage.

Roloff, M. & Li, S. (2010). Bargaining and negotiation. In C. Berger, M. Roloff & D. Roskos-ewoldsen (Eds.), **The handbook of Communication science**, (2nd ed., PP.309-326). Thousand Oaks, CA: Sage.

Rosenberg, M. (1979). **Conceiving the self**. New York: Basic Books.

Roskos-Ewoldsen, D. yu, H. J. & Rhodes, N. (2004). Fear appeals messages affect accessibility of attitudes toward threat and adaptive behavior. **Communication Monographs**,71, 49-69.

Schmoker, M. (2007). Reading, writing, and thinking for all. **Educational leadership**, vol. 64,#7, PP.63-66.

Schordt, P., Ledbetter, A. & Ohrt, J.(2007). Parental confirmation and affection as mediators of family communication patterns and children's mental well-being. **Journal of family Communication**, 7, 23-46.

Smith, F. (2006). **Reading without nonsense**. (4th ed.). New York, Teachers College, Columbia university.

Smith, F. (2004). **Understanding reading**. (6th ed.). Mahwah, new Jersey: Lawrence Erlbaum associates publishers.

Smith, F. (2007). **Reading FAQ.** New york, Teachers college, Columbia university.

Steps to success. (2004). **Get that Job**: interviews. London: Bloomsbury Publishing.

Storey, R. (2009). **Perfect Persuasion**. U.K. CPI Bookmarque.

Thussu,D.(2006). **International Communication: Continuity and change** (2nd ed.) Landon: Hoddler Arnold.

Van Kleef, G. De Dreu, C. Pietroni, D., & Manstead, A. (2006). Power and emotion in negotiation: Power moderates the interpersonal effect of anger and happiness on concession making. **European Journal of social Psychology,** 36, 557-581.

Wedd,C.(1978).**Communication skills and approach to personal development**. London, Mmacmilcan press LTD.

Wilbers, S. (2000). **Keys to great writing**. Cincinnaty, ohio: writer's Digest books, an imprint of FTW Publications.

WiLcox,D. (2009). **Public Relations writing and media techniques** (6th ed.). U.S., Pearson Education, Inc.

Wiener, H. & Bazerman, C.(2006). **Reading skills handbook**. (9th ed.). New York, Pearson education, Inc.

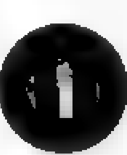
Wiener, H. & Bazerman, C. (2006). **Basic Reading skills. Handbook**. (6th ed.). New york, Pearson Education, Inc.

Witte, K., & Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for public health campaigns. **Health Education and Behavior,** 27, 591-615.

Zillmann, D. (2006). Exemplification effects in the promotion of safety and health. **Journal of Communication**, 56, 5221-5237.

ثبت المصطلحات

أولاً: عربي – إنجليزي



الاتصال الأسري	Family communication
الاتصال البين شخصي	Interpersonal communication
الاتصال التنظيمي	Organizational communication
الاتصال الجماهيري	Mass communication
الاتصال الجمعي أو العام	Public communication
الاتصال الذاتي	Intra-personal communication
الاتصال المواجهي	Face-to-face
الاتصال عبر الثقافات	Intercultural communication
الاتصال عبر الثقافات	Cross-cultural communications
الاتصال غير اللفظي	Non verbal communication
احترام الذات	Self-esteem
الإدراك الانتقائي	Selective perception
الأدوات البصرية المساعدة	Visual aids
إستراتيجية المساعدات التبادلية	Reciprocal helping
إستراتيجية باب المواجهة	Door-in-the face

إستراتيجية موطئ قدم	Foot-in-the door
الاسترضاء	Placating
استماع اللحظة	Listening in spurts
الاستماع إليه بشكل نشط	Active listening
استمع مع الوعي	Listening with awareness
إسداء النصيحة	Advising
الأسلوب الإخباري المباشر	Straight news style
أسلوب الأعمال	Business style
أسلوب التحقيق الصحفي	Feature style
أسلوب الرسالة	Styling the message
الأسلوب الشخصي	Personal style
الأسلوب القانوني	Legal style
الأسلوب المألوف	Familiar style
الأسلوب المهني	Professional style
الإصغاء التقمصي	Empathetic listening
الإصغاء النشط	Active listening
الإصغاء بانفتاح	Listening with openness
الإصغاء بتفهم	Listening with empathy
الإصغاء لبعض ما يقول المتحدث	Filtering
الاعتراض وإبداء الرأي المخالف	Sparring
اكتشف أسلوبك الخاص في التعلم	Your own learning style
الالتهاء بأشياء أخرى	Distractions
الاهتمام الإنساني	Human interest

الإيجاز	Conciseness
الإيقاع	Rhythm



بناء المصداقية	Building credibility
البوح عن الذات	Self-disclosure



التأكيد على صحة ما قمت به	Being right
تدرب على تعزيز الذاكرة	Memory enhancing
التذكر الانتقائي	Selective retention
تشجيع التغذية المرتدة (رجع الصدى)	Encourage feedback
التشويش أو التداخل	Noise & Interference
تصور الذات	Self-image
تعديل الهجوم الشخصي	Reframing personal attacks
التعرض الانتقالي	Selective exposure
التفاوض التعاوني	Co-operative negotiations
التفاوض التنافسي	Competitive negotiations
تقاطع الثقافات	Cross-cultural- communication
التقييم المنعكس	Reflected appraisal
التماثل في الموقف	Identifying



الثقافة	Culture

ج

الجمهور العدائي	Hostile person
الجمهور غير المبالي	Indifferent person

ح

حالات الاتصال الرديئة في داخل الأسرة	Communication pitfalls
حركات الجسد	Body motions
الحكم المسبق	Judging
حل المشكلات واتخاذ القرارات	Problems solving

خ

خارطة التكيف الثقافي	Cultural adjustment map
الخبرة المشتركة	Common Experience
الخروج عن الخط	Derailing

د

درجات انفتاح الذات	Levels of self disclosure
درجة الصوت	Pitch
درجة الصوت	Volume

ذ

الذات الحقيقية	Real Self
الذات العامة	Public Self
الذات المثالية	Ideal Self

الذنب والعيب والعار	Guilt and shame

ر

رجع الصدى أو التغذية المرتدة	Feedback
الرسالة	Message
ركز عملية انتباهك	Focus your attention
الرنين الصوتي	Resonance

س

السرحان	Daydreaming
السرد	Recite
السرعة	Tempo

ص

الصدمة الحضارية	Culture shocks

ط

الطريق اللولبي	Spiral
طريقة النص الواحد	The one-text procedure

ع

العزو الذاتي	Self attribution
العصف الذهني	Brainstorming

ف

الفردية والجماعية	Collectivism & individualism
الفضاء أو المسافة	Space
الفهم المضمون	Secure understanding
فوائد البوح الذاتي	Self disclosure
فيس بوك	Facebook

ق

قراءة فكر الآخر	Mind reading
القسم الثاني : المنقذون	Rescuers

ك

الكتابة للإعلام الجديد	New media

ل

لعب الأدوار	Role play
لعب الأدوار والمحاكاة	Simulations
اللغة الجانبية	Para language
اللغة المجازية	Imagery

م

المابين ثقافي	Inter cultural communication
المثلث الدرامي	Drama triangle
المحيط الاتصالي	Context

Blogs	المدونات
Review	المراجعة
Psychological centrality	المركزية الذاتية
Receiver	المستقبل
Hearing worlds, but not really listening	مستمع للكلمات غير مصغ بشكل فعلي
Rehearsing	مشغول بالتفكير في الرد
Credibitity	المصداقية الالية
Sender	المصدر أو المرسل
Blocks to listening	معوقات الإصغاء
Self-concept	مفهوم الذات
Comparing	المقارنة
Social comparison	المقارنة الاجتماعية
Introduction to Communication	مقدمة في الاتصال
Linear logic	المنطق الخطي
Persuasion skills	مهارات إقناعية
Listening skills	مهارات الإصغاء
Public communication skills	مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور
Negotiating skills	مهارات التفاوض
Dialogue & Negotiating skill	مهارات الحوار والتفاوض
Writing skills	المهارات الكتابية
Interviews skills	مهارات المقابلة
Reading skills	مهارة القراءة
Critical reading	مهارة القراءة الناقدة

ن

النطق	Articulation
نظم الحقائق في تصنيفات محددة	Organize facts
نموذج أسلوب الارتجال المخطط له	The extemporaneous
نموذج أسلوب الحفظ	The memorized method
نموذج الأسلوب الارتجالي	Impromptu method
نموذج القراءة من نص مكتوب	Reading method

و

الوسيلة	Channel
وصف الموقف	Describe the situation
وماي سبيس	Myspace

ثانياً: إنجليزي – عربي

A

Active listening	الإصغاء النشط
Active listening	الاستماع إليه بشكل نشط
Advising	إسداء النصيحة
Articulation	النطق

B

Being right	التأكيد على صحة ما قمت به
Blocks to listening	معوقات الإصغاء
Blogs	المدونات
Body motions	حركات الجسد
Brainstorming	العصف الذهني
Building credibility	بناء المصداقية
Business style	أسلوب الأعمال

C

Channel	الوسيلة
Collectivism & individualism	الفردية والجماعية
Common Experience	الخبرة المشتركة
Communication pitfalls	حالات الاتصال الرديئة في داخل الأسرة
Comparing	المقارنة
Competitive negotiations	التفاوض التنافسي

Conciseness	الإيجاز
Context	المحيط الاتصالي
Co-operative negotiations	التفاوض التعاوني
Credibitity	المصداقية الالية
Critical reading	مهارة القراءة الناقدة
Cross-cultural- communication	تقاطع الثقافات
Cross-cultural communications	الاتصال عبر الثقافات
Cultural adjustment map	خارطة التكيف الثقافي
Culture	الثقافة
Culture shocks	الصدمة الحضارية

D

Daydreaming	السرحان
Derailing	الخروج عن الخط
Describe the situation	وصف الموقف
Dialogue & Negotiating skill	مهارات الحوار والتفاوض
Distractions	الالتهاء بأشياء أخرى
Door-in-the face	إستراتيجية باب المواجهة
Drama triangle	المثلث الدرامي

E

Empathetic listening	الإصغاء التقمصي
Encourage feedback	تشجيع التغذية المرتدة (رجع الصدى)

F

Facebook	فيس بوك
Face-to-face	الاتصال المواجهي
Familiar style	الأسلوب المألوف
Family communication	الاتصال الأسري
Feature style	أسلوب التحقيق الصحفي
Feedback	رجع الصدى أو التغذية المرتدة
Filtering	الإصغاء لبعض ما يقول المتحدث
Focus your attention	ركز عملية انتباهك
Foot-in-the door	إستراتيجية موطئ قدم

G

Guilt and shame	الذنب والعيب والعار

H

Hearing worlds, but not really listening	مستمع للكلمات غير مصغ بشكل فعلي
Hostile person	الجمهور العدائي
Human interest	الاهتمام الإنساني

I

Ideal Self	الذات المثالية
Identifying	التماثل في الموقف
Imagery	اللغة المجازية

Impromptu method	نموذج الأسلوب الارتجالي
Indifferent person	الجمهور غير المبالي
Inter cultural communication	المابين ثقافي
Intercultural communication	الاتصال عبر الثقافات
Interpersonal communication	الاتصال البين شخصي
Interviews skills	مهارات المقابلة
Intra-personal communication	الاتصال الذاتي
Introduction to Communication	مقدمة في الاتصال

J

Judging	الحكم المسبق

L

Legal style	الأسلوب القانوني
Levels of self disclosure	درجات انفتاح الذات
Linear logic	المنطق الخطي
Listening in spurts	استماع اللحظة
Listening skills	مهارات الإصغاء
Listening with awareness	استمع مع الوعي
Listening with empathy	الإصغاء بتفهم
Listening with openness	الإصغاء بانفتاح

M

Mass communication	الاتصال الجماهيري

Memory enhancing	تدرب على تعزيز الذاكرة
Message	الرسالة
Mind reading	قراءة فكر الآخر
Myspace	وماي سبيس

N

Negotiating skills	مهارات التفاوض
New media	الكتابة للإعلام الجديد
Noise & Interference	التشويش أو التداخل
Non verbal communication	الاتصال غير اللفظي

O

Organizational communication	الاتصال التنظيمي
Organize facts	نظم الحقائق في تصنيفات محددة

P

Para language	اللغة الجانبية
Personal style	الأسلوب الشخصي
Persuasion skills	مهارات إقناعية
Pitch	درجة الصوت
Placating	الاسترضاء
Problems solving	حل المشكلات واتخاذ القرارات
Professional style	الأسلوب المهني
Psychological centrality	المركزية الذاتية

Public communication	الاتصال الجمعي أو العام
Public communication skills	مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور
Public Self	الذات العامة

R

Reading method	نموذج القراءة من نص مكتوب
Reading skills	مهارة القراءة
Real Self	الذات الحقيقية
Receiver	المستقبل
Reciprocal helping	إستراتيجية المساعدات التبادلية
Recite	السرد
Reflected appraisal	التقييم المنعكس
Reframing personal attacks	تعديل الهجوم الشخصي
Rehearsing	مشغول بالتفكير في الرد
Rescuers	القسم الثاني : المنقذون
Resonance	الرنين الصوتي
Review	المراجعة
Rhythm	الإيقاع
Role play	لعب الأدوار

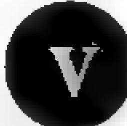
S

Secure understanding	الفهم المضمون
Selective exposure	التعرض الانتقالي
Selective perception	الإدراك الانتقائي

Selective retention	التذكر الانتقائي
Self attribution	العزو الذاتي
Self disclosure	فوائد البوح الذاتي
Self-concept	مفهوم الذات
Self-disclosure	البوح عن الذات
Self-esteem	احترام الذات
Self-image	تصور الذات
Sender	المصدر أو المرسل
Simulations	لعب الأدوار والمحاكاة
Social comparison	المقارنة الاجتماعية
Space	الفضاء أو المسافة
Sparring	الاعتراض وإبداء الرأي المخالف
Spiral	الطريق اللولبي
Straight news style	الأسلوب الإخباري المباشر
Styling the message	أسلوب الرسالة

T

Tempo	السرعة
The extemporaneous	نموذج أسلوب الارتجال المخطط له
The memorized method	نموذج أسلوب الحفظ
The one-text procedure	طريقة النص الواحد



Visual aids	الأدوات البصرية المساعدة

درجة الصوت	Volume



المهارات الكتابية	Writing skills



اكتشف أسلوبك الخاص في التعلم	Your own learning style

كشاف الموضوعات

نبذة عن المؤلف

أ.د. عبداللطيف دبيان العوفي

تخصص عام: إعـلام وعلاقات عامة

تخصص دقيق: حملات إعلامية

تخصص فرعي: إحصاء تطبيقي

- بكالوريوس جامعة الملك سعود.
- ماجستير جامعة ولاية ميشجان
- دكتوراه جامعة أوهايو- أثينز

الأبحاث والتأليف:

له ٣٥ بحثاً منشوراً في مجلات ومؤتمرات علمية محكمة على المستويات المحلية والعربية والدولية. جل هذه الأبحاث ذات صبغة تطبيقية.

له سبعة كتب منها ثلاثة ذات صبغة تطبيقية سواء أكان ذلك في كتابة البحث العلمي، أم في كيفية تصميم وإعداد وتنفيذ حملات التوعية الإعلامية، أم في مهارات الاتصال المختلفة وعن المتحدث الرسمي.

التدريس والإشراف:

- قام بتدريس العديد من المقررات الإعلامية على مستويي البكالوريوس والدراسات العليا مثل: مناهج البحث الكمي، ومناهج البحث النوعي، الحملات الإعلامية، وأسس العلاقات العامة، والاتصال الاستراتيجي، ومهارات الاتصال، والإحصاء التطبيقي، ونظريات الاتصال، والإعلام الجديد.
- أشرف على العديد من رسائل طلاب وطالبات الماجستير في قسم الإعلام، وناقش العديد من رسائل الماجستير والدكتوراه.

الأعمال التنفيذية:

١- المشاركة في إعداد وتنفيذ البرنامج التلفزيوني الخاص بمرور ٢٣ عاماً على تولي الملك فهد مقاليد الحكم حيث كان رئيس لجنة الفيلم في اللجنة التحضيرية - جامعة الملك سعود.. أجريت فيه مقابلات مع أبناء الملك رحمه الله وبعض الوزراء والمسؤولين في الدولة وكان تحت عنوان "رجل التجديد".

٢- المشاركة في إعداد برنامج تسجيلي تاريخي عن جامعة الملك سعود.. ويمثل التأريخ الشفوي للجامعة حيث قابل فيه معالي مدراء الجامعة السابقين والكثير من الشخصيات ذات العلاقة.

٣- المشاركة في إعداد الكثير من الأفلام الوثائقية عن جامعة الملك سعود ومدينة الرياض وغيرها من الجهات.

٤- المشاركة في تنفيذ العديد من حملات التوعية الإعلامية والحملات الإعلامية مثل: حملة التدريب والسعودة ، وكذلك حملة الأمير سلطان للتثقيف الصحي، والحملة المرورية الأولى... وغيرها.

٥- المشاركة في كتابة العديد من الاستراتيجيات الإعلامية.

الأعمال الإدارية والاستشارات:

يعمل الآن معاراً للديوان الملكي.

عمل مشرفاً عاماً على العلاقات العامة والإعلام بوزارة التربية والتعليم لمدة سنتين.

١- تولى رئاسة قسم الإعلام بجامعة الملك سعود لمدة أربع سنوات.

٢- رئيس وحدة الدراسات العليا بالقسم لأربع سنوات.

٣- عضو المجلس العلمي لأربع سنوات.

٤- تولى رئاسة العديد من اللجان على مستوى القسم والكلية والجامعة.

٥- شارك بصفته عضواً في العديد من اللجان على مستوى القسم والكلية والجامعة.

٦- عمل مستشاراً للعديد من الوزارات والهيئات الحكومية والشركات الخاصة.

الجوائز:

٧- حصل على المركز الأول في دفعته في الدكتوراه في جامعة أوهايو.

٨- حصل على جائزة الأمير بندر بن سلطان للتفوق العلمي في الولايات المتحدة الأمريكية.

٩- حصل على منحة من السفارة البريطانية.

١٠- حصل على جائزة جهاز تلفزيون الخليج.

١١- حصل على جائزة التميز في جامعة الملك سعود عن كتابه المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل.

١٢- حصل على جائزة وزارة الثقافة والإعلام عن كتابه حملات التوعية الإعلامية.